

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI  
IKLAN PARIWISATA  
KAWASAN DATARAN TINGGI DIENG, JAWA TENGAH**

**TUGAS AKHIR KARYA SENI**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh  
**Ali Mubasir**  
NIM. 06206241025

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA  
JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2013**

## PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul *Perancangan Media Promosi Iklan Pariwisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng, Jawa Tengah* ini telah disetujui  
Oleh pembimbing untuk diujikan.



Pembimbing I

R. Kuncoro W. D, M.Sn  
NIP. 19660320 1994121 001

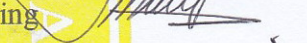
Pembimbing II

Eni Puji Astuti, M.Sn  
NIP. 19780102 200212 2004

## PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul *Perancangan Media Promosi Iklan pariwisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng, Jawa Tengah* ini telah dipertahankan didepan dewan penguji pada 24 juni 2013 dan dinyatakan lulus.

## DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Dwi Retno Sri Ambarwati M.Sn.	Ketua Penguji		
Eni Puji Astuti, M.Sn.	Sekretaris		
Drs. Hajar Pamadhi, M.A.Hons.	Penguji Utama		
Drs. R. Kuncoro W.D, M.Sn.	Penguji Pendamping		

Yogyakarta, 24 Januari 2013

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.

NIP. 19550505 198011 1 001



## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Ali Mubasir

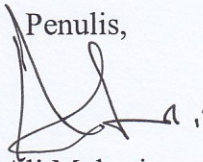
NIM : 06206241025

Program Studi : Pendidikan Seni Rupa

Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apa bila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Penulis,  
  
Ali Mubasir



## **PERSEMBAHAN**

**Kangge rama biyung, ugi yayu lan kakangku ingkang kawula tresani...**  
Kanca kanca ...

## **MOTTO**

***“Tak ada kejayaan tanpa keberanian ”***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya sampaikan ke hadirat Allah Tuhan Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Berkat rahmat, hidayah, dan inayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir karya seni untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulisan tugas akhir karya seni ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih secara tulus kepada Rektor UNY Prof. Dr. Rochmat Wahab. M,Pd.MA, Dekan FBS UNY Prof. Dr. Zamzani. M,Pd, dan Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa Drs. Mardiyatmo, M.Pd, yang telah memberikan kesempatan dan berbagai kemudahan kepada saya.

Rasa hormat, terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya saya sampaikan kepada kedua pembimbing, yaitu bapak R. Kuncoro W. D, M.Sn dan Ibu Eni Puji Astuti, M.Sn yang penuh kesabaran, kearifan, bijaksana telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tidak henti-hentinya di sela-sela kesibukan.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada teman satu angkatan dan satu perjuangan yang tidak dapat saya sebutkan satu demi satu yang telah memberikan dukungan moral, bantuan, dan dorongan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Akhirnya ucapan terima kasih yang sangat pribadi saya sampaikan kepada keluarga terutama kakak dan kedua orang tua saya atas perhatian yang mendalam, pengorbanan, dorongan, dan curahan kasih sayang sehingga saya tidak pernah putus asa untuk menyelesaikan tugas akhir karya seni ini.

Yogyakarta, 24 juni 2013

Penulis,

Ali Mubasir



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Perancangan .....	3
D. Manfaat Perancangan .....	3
BAB II KAJIAN TEORI .....	5
A. Desain Promosi .....	5
B. Pariwisata .....	17
C. Kawasan Dataran Tinggi Dieng .....	18
BAB II METODE PERANCANGAN .....	27
A. Tahapan Perancangan .....	27
B. Perencanaan Kreatif .....	31
C. Standar Visual .....	31
D. Perencanaan Logo dan Maskot .....	36
E. Perencanaan Media .....	37
BAB IV VISUALISASI DESAIN .....	41
A. Perancangan Desain Logo .....	41
B. Perancangan Maskot .....	50
C. Perancangan Media Promosi .....	52

BAB V PENUTUP.....	141
A. Kesimpulan .....	141
B. Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA .....	144
LAMPIRAN.....	146

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Bentuk Logo Awal .....	42
Gambar 2 : Bentuk Logo Setelah pewarnaan.....	45
Gambar 3 : Logo .....	46
Gambar 4 : Bentuk Grid Logo Utama.....	46
Gambar 5 : Perbandingan Ukuran Logo Minimum .....	47
Gambar 6 : Logo Pendukung 1(Dieng Travel) .....	48
Gambar 7 : Logo Pendukung 2(Dieng Agro) .....	49
Gambar 8 : Maskot.....	50
Gambar 9 : Proses Perancangan Maskot.....	51
Gambar 10 : Penerapan Maskot.....	52
Gambar 11 : Sketsa alternatif 1 dan 2 desain <i>billboard</i> 1 .....	55
Gambar 12 : Sketsa alternatif 2 desain <i>billboard</i> 1.....	55
Gambar 13 : Desain <i>Billboard</i> 1 .....	56
Gambar 14 : Sketsa alternatif 1 dan 2 desain <i>billboard</i> 2.....	58
Gambar 15 : Sketsa alternatif 1 desain <i>billboard</i> 2.....	58
Gambar 16 : Desain <i>billboard</i> 2.....	59
Gambar 17 : Sketsa alternatif 1 dan 2 desain <i>billboard</i> 3.....	61
Gambar 18 : Sketsa alternatif 2 desain <i>billboard</i> 3.....	62
Gambar 19 : Desain <i>billboard</i> 3.....	63
Gambar 20 : Sketsa alternatif 1 dan 2 desain <i>billboard</i> 3.....	65
Gambar 21 : Sketsa alternatif 2 desain <i>billboard</i> 4.....	66
Gambar 22 : Desain <i>billboard</i> 4.....	66
Gambar 23 : Sketsa alternatif 1 dan 2 desain <i>billboard</i> 5.....	68
Gambar 24 : Sketsa alternatif 2 desain <i>billboard</i> 5.....	69
Gambar 25 : Desain <i>billboard</i> 3.....	70
Gambar 26 : Sketsa alternatif 1 dan 2 desain poster 1 .....	73
Gambar 27 : Sketsa alternatif 1 desain poster 1 .....	73
Gambar 28 : Desain Poster 1 .....	74



Gambar 29	: Sketsa alternatif 1 dan 2 desain poster 2.....	76
Gambar 30	: Sketsa alternatif 1 desain poster 2.....	76
Gambar 31	: Desain Poster2 .....	77
Gambar 32	: Sketsa alternatif desain poster 3.....	79
Gambar 33	: Sketsa alternatif 2 desain poster 3.....	80
Gambar 34	: Desain poster 3.....	81
Gambar 35	: Sketsa alternatif 1 dan 2desain <i>leaflet</i> .....	84
Gambar 36	: Sketsa alternatif 1 desain <i>leaflet</i> 1.....	85
Gambar 37	: Desain <i>leaflet</i> 1 .....	86
Gambar 38	: Sketsa alternatif 1 dan 2desain <i>x-banner</i> 1 .....	88
Gambar 39	: Sketsa alternatif 1 desain <i>x-banner</i> 1 .....	89
Gambar 40	: Desain <i>x-banner</i> 1 .....	90
Gambar 41	: Sketsa alternatif 1 dan 2 desain <i>x-banner</i> 2 .....	92
Gambar 42	: Sketsa alternatif 1 desain <i>x-banner</i> 2 .....	93
Gambar 43	: Desain <i>x-banner</i> 2 .....	94
Gambar 44	: Sketsa alternatif 1 dan 2 desain iklan majalah 1 .....	97
Gambar 45	: Sketsa alternatif 2 desain iklan majalah 1 .....	97
Gambar 46	: Desain iklan majalah 1 .....	98
Gambar 47	: Sketsa alternatif 1 dan 2 desain iklan majalah 2 .....	100
Gambar 48	: Sketsa alternatif 2 desain iklan majalah 2.....	101
Gambar 49	: Desain iklan majalah 2.....	102
Gambar 50	: Sketsa alternatif 1 dan 2 desain papan nama.....	105
Gambar 51	: Sketsa alternatif 2 desain papan nama .....	106
Gambar 52	: Desain papan nama .....	106
Gambar 53	: Desain bus panel/iklan mobil Travel .....	109
Gambar 54	: Desain peta wisata/tourist map .....	111
Gambar 55	: Desain seragam Petugas Tiket .....	112
Gambar 56	: Desain seragam Karyawan Travel .....	114
Gambar 57	: Sketsa desain tiket masuk .....	116
Gambar 58	: Desain tiket masuk .....	116
Gambar 59	: Sketsa desain <i>cover</i> kalender 1 .....	119

Gambar 60	: Desain icover kalender 1 .....	119
Gambar 61	: Sketsa desain kalender 2 .....	121
Gambar 62	: Desain kalender 2.....	121
Gambar 63	: Sketsa desain kalender 3 .....	123
Gambar 64	: Desain kalender 3.....	123
Gambar 65	: Sketsa desain kalender 4 .....	125
Gambar 66	: Desain kalender 4.....	125
Gambar 67	: Sketsa desain kalender 5 .....	127
Gambar 68	: Desain kalender 5.....	127
Gambar 69	: Sketsa desain kalender 6 .....	129
Gambar 70	: Desain kalender 6.....	129
Gambar 71	: Sketsa kalender 7 .....	131
Gambar 72	: Desain kalender 7.....	131
Gambar 73	: Desain Sticker .....	132
Gambar 74	: Desain Topi Gunung dan <i>Syal</i> .....	134
Gambar 75	: Desain <i>T-shirt</i> 1.....	136
Gambar 76	: Desain <i>T-shirt</i> 2.....	136
Gambar 77	: Desain <i>T-shirt</i> 3.....	137
Gambar 78	: Desain Kartu Pos/ <i>Post Card</i> 1 .....	138
Gambar 79	: Desain Kartu Pos/ <i>Post Card</i> 2 .....	139
Gambar 80	: Desain <i>Pin-up</i> .....	140

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI  
IKLAN PARIWISATA  
KAWASAN DATARAN TINGGI DIENG, JAWA TENGAH

**Oleh Ali Mubasir  
NIM 06206241025**

**ABSTRAK**

Desain media promosi ini bertujuan untuk menciptakan visualisasi obyek wisata kawasan dataran tinggi Dieng Jawa Tengah, melalui perancangan logo, perancangan maskot, dan media promosi yang mampu menambah nilai positif bagi perkembangan pariwisata Jawa Tengah, khususnya Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo.

Proses perancangan melalui tahapan pengumpulan data, analisis data dengan teknik SWOT, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan kreatif, perencanaan standar Visual, perencanaan logo, perencanaan maskot, perencanaan media, sintesis dan kesimpulan berupa *final design*. Konsep karya menggunakan ilustrasi dalam wujud gambar atau foto, teks untuk menyampaikan pesan yang sesuai, warna untuk membantu menimbulkan efek visual yang menarik, dan *layout* untuk membuat komposisi menarik, enak dibaca serta dilihat. Instrumen yang digunakan dalam pembuatan karya menggunakan perangkat komputer, *scanner* dan kamera digital.

Visualisasi desain mengacu pada kreatifitas dan kemampuan menyajikan gagasan baru dari membuat *layout* gagasan, *layout* kasar, *layout* lengkap sampai dengan menjadi *final design*. Visualisasi desain meliputi visualisasi logo dan maskot, visualisasi Media utama yaitu *billboard*, visualisasi media penunjang yaitu poster, *leaflet*, *x-banner*, *bus panel*/iklan mobil, iklan majalah, papan nama, peta wisata, seragam karyawan, tiket dan *souvenir* yang mampu memberikan dukungan kepada media utama untuk memberikan informasi atau pesan yang membangun *brand image* di masyarakat. Perancangan desain promosi menggunakan logo dan maskot yang mempunyai fungsi sebagai identitas dari wisata kawasan dataran tinggi Dieng.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Nama Dieng berasal dari bahasa Sunda karena diperkirakan pada sekitar tahun 600 Masehi daerah tersebut berada dalam pengaruh politik Kerajaan Galuh. Nama Dieng berasal dari gabungan dua kata Bahasa Kawi yaitu "*di*" yang berarti tempat atau gunung, dan "*Hyang*" yang berarti Dewa. Dengan demikian, Dieng berarti daerah pegunungan tempat para dewa dan dewi bersemayam.

Secara geografis dataran tinggi Dieng berada di dua wilayah yaitu Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Wonosobo. Dataran tinggi Dieng terletak di perbatasan antara Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo, wilayah terbesar dimiliki oleh Kabupaten Banjarnegara. Dataran Tinggi Dieng berada 55km sebelah timur laut kota Banjarnegara, dan 26km ke utara dari kota Wonosobo. Ketinggian rata-rata adalah sekitar 2.000m di atas permukaan laut. Suhu di Dieng sejuk mendekati dingin, berkisar 15-20°C di siang hari dan 10°C di malam hari. Pada musim kemarau (Juli dan Agustus), suhu bisa mencapai 0 °C di pagi hari dan memunculkan embun beku yang oleh penduduk setempat disebut *bun upas* atau embun racun karena menyebabkan kerusakan pada tanaman pertanian.

Kawasan dataran tinggi Dieng terdapat berbagai jenis pariwisata, diantaranya wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, dan agro wisata.

Wisata alam, dataran tinggi Dieng mempunyai panorama yang begitu indah karena terletak di wilayah vulkanik aktif dan dapat dikatakan merupakan gunung api raksasa, sehingga kawah-kawah banyak dijumpai disana. Wisata budaya, masyarakat dataran tinggi Dieng masih menjaga tradisinya, kita dapat menjumpai kegiatan-kegiatan budaya masyarakat kawasan dataran tinggi Dieng, diantaranya kesenian Thek-thek, kesenian Warok, tari Rampag, tari Wira Cakil, tari Lengger/topeng, dan kesenian Rodad. Wisata sejarah, kawasan dataran tinggi Dieng banyak terdapat situs sejarah purbakala yaitu candi Dieng yang merupakan candi tertua yang ditemukan di pulau Jawa. Candi Dieng merupakan kumpulan candi Hindu beraliran Syiwa. Candi Dieng diperkirakan dibangun antara akhir abad ke-8 sampai awal abad ke-9. Wisata Agro, kawasan dataran tinggi Dieng juga terdapat Agro wisata yang sangat menarik, dikarenakan suhunya yang relatif sejuk mendekati dingin sehingga tanaman-tanaman yang unik bisa tumbuh disana, dari berbagai jenis sayur-sayuran dan juga buah-buahan.

Kawasan dataran tinggi Dieng mempunyai potensi pariwisata yang begitu besar bagi daerah Banjarnegara dan Wonosobo namun belum tersosialisasikan secara maksimal dan belum mempunyai citra/*image* tersendiri yang mampu mewakili karakteristiknya. Maka perlu adanya perancangan desain media periklanan yang memadai. Konsep dari perancangan desain komunikasi Visual ini adalah fokus dalam hal perancangan media promosi pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng melalui media komunikasi Visual sebagai sarana promosi yang memadai dan

maksimal untuk membentuk citra/*image* yang mampu mewakili karakteristik wilayah tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana visualisasi media promosi dari iklan pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng, Jawa Tengah?

## **C. Tujuan**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan Visualisasi obyek wisata kawasan dataran tinggi Dieng Jawa Tengah, melalui sebuah perancangan logo, perancangan maskot, dan perancangan media promosi yang mampu menambah nilai positif bagi perkembangan pariwisata Jawa Tengah, khususnya Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo.

## **D. Manfaat**

### **1. Bagi Mahasiswa**

Menambah wawasan dalam menciptakan kreativitas desain komunikasi visual khususnya tentang media promosi iklan pariwisata.

### **2. Bagi Lembaga**

Memberikan sumbangan penulisan dan media promosi iklan pariwisata kepada Universitas Negeri Yogyakarta tentang desain media promosi iklan pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng, Jawa Tengah. Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan khususnya desain komunikasi Visual tentang iklan pariwisata.



### 3. Pemerintah Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo

Memberikan tambahan wawasan bagi Pemerintah Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo dalam sektor kepariwisataan, yang mencakup pengembangan jenis wisata agar menjadi nilai positif dalam upaya memperkenalkan daerah kepada masyarakat luas.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Media Promosi**

##### **1. Tinjauan Tentang Desain Komunikasi Visual**

Desain adalah rancangan atau rencana suatu bentuk (Soeharso, 2006:140). Komunikasi Visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna atau pesan (Kusrianto, 2007:10)

Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengolah elemen-elemen grafis berupa bentuk, gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya (Kusrianto, 2007:2)

Desain komunikasi visual adalah perancangan menggunakan bahasa visual melalui media untuk menyampaikan pesan secara visual agar bisa diterima oleh sasaran penerima pesan.

- a. Suyanto (2004:37) bahwa untuk mewujudkan suatu tampilan visual, maka diperlukan adanya elemen-elemen dasar desain grafis, yaitu:

### 1) Garis

Garis adalah tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan. Alat yang dipakai untuk menggambar tersebut antara lain pensil, *ballpoint*, *pointed brush*, *keyboard*, *mouse* dan sebagainya. Garis juga didefinisikan sebagai titik-titik yang bergerak.

### 2) Bentuk.

Bentuk merupakan gambaran umum sesuatu atau formasi yang tertutup atau jalur yang tertutup. Banyak cara melukiskan bentuk pada permukaan dua dimensi. Salah satu cara melukiskan bentuk adalah dengan garis. Garis dapat digunakan untuk menggambarkan bentuk yang datar, misalnya : lingkaran, elip, silinder, piramid atau kubus. Bentuk dapat diisi dengan warna, nada atau tekstur.

### 3) Warna

Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provokatif. Empat warna (bukan hitam putih) akan meningkatkan efektivitas dan biaya iklan. Perancangan yang sesuai dengan warna yang disukai pasar akan memberikan keunggulan bersaing dalam periklanan.

### 4) Kontras Nilai

Nilai digunakan untuk menggambarkan rentang kecerahan dan kegelapan sebuah elemen visual. Hubungan antar satu elemen dengan elemen lain yang berkaitan dengan kecerahan dan kegelapan disebut kontras nilai. Kontras nilai memberikan citra dan persepsi secara rinci.

Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional. Jika rentang kontras nilai sempit maka disebut kontras rendah, tetapi jika rentang nilai tinggi disebut kontras tinggi.

#### 5) Tekstur

Tekstur merupakan kualitas permukaan atau kualitas papan atau kertas atau halaman elektronik. Di dalam seni, tekstur dikategorikan menjadi dua yaitu :

- a) Tekstur *tactile* adalah tekstur nyata, kita dapat merasakan permukaan tersebut dengan jari kita.
- b) Tekstur visual adalah ilusi, tekstur tersebut memberikan impresi yang sederhana dari tekstur yang nyata.

#### 6) Format

Format terdiri dari ukuran dan ilustrasi. Iklan untuk ukuran besar menarik lebih banyak perhatian dari pada iklan yang berukuran kecil. Ilustrasi terdiri dari ilustrasi gambar bermakna, ilustrasi hubungan tanda dan ilustrasi simbol.

- b. Menurut Sadjiman Ebdy Sanyoto (2010), prinsip-prinsip dasar seni dan desain adalah:

- 1. Irama atau ritme/keselarasan
- 2. Kesatuan/*unity*
- 3. Dominasi/penekanan
- 4. Keseimbangan/*balance*

5. Proporsi/perbandingan/*proportion*
  6. Kesederhanan/*simplicity*
  7. Kejelasan
- c. Sedangkan menurut Suyanto (2004:190), dalam menghasilkan desain grafik yang baik untuk tampilan multimedia diperlukan prinsip-prinsip dasar desain seperti:
- 1) Keseimbangan

Keseimbangan adalah kesamaan distribusi dalam bobot. Mendesain dengan keseimbangan yang cenderung merasakan keterkaitan bersama, kelihatan bersatu dan kelihatan harmonis.
  - 2) Titik fokus

Titik fokus dengan banyaknya informasi visual penonton tidak dapat memfokuskan maka dibutuhkan titik fokus.
  - 3) Ritme

Ritme dalam desain grafis merupakan pola yang diciptakan dengan mengulang atau membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada diantaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen yang lain.
  - 4) Kesatuan

Kesatuan adalah prinsip bagaimana mengorganisasi seluruh elemen dalam satu tampilan grafis.

d. Desain komunikasi visual juga terdapat unsur-unsur khusus yang meliputi:

1) *Headline*

*Headline* merupakan penarik perhatian yang utama dalam menggugah kesadaran audiens. Ketika orang melihat iklan, terutama pada iklan cetak, maka yang dilihat untuk pertama kalinya adalah pada *headline*. Oleh karena itu, *headline* berfungsi sebagai penangkap perhatian utama. Di dalam karya Desain Komunikasi Visual suatu *headline* merupakan salah satu bagian yang paling penting baik yang berupa kalimat yang panjang sampai pada satu kata atau bahkan hanya sebuah tanda baca saja.

2) *Subheadline*

*Subheadline* dapat berfungsi menyampaikan pesan atau ide-ide dengan lebih jelas atau menarik, merupakan penjabaran lebih lanjut dari *headline*.

3) *Illustration*

Sebagai salah satu bagian desain komunikasi visual yang dimanfaatkan sebagai *center of interest* atau penarik pandang yang berbentuk gambar ataupun tulisan.

4) *Body Copy*

*Body copy* atau juga disebut *body text* adalah penjelasan tentang suatu produk/perusahaan serta memberitahukan secara detail tentang apa yang dijual (ditawarkan). *Body copy* merupakan penjabaran lebih lanjut dari ide atau tema sentral yang berada pada *headline*, sehingga

penggunaan *body copy* akan lebih memperjelas *headline*. Bagian ini berisikan susunan teks yang dapat berupa informasi lanjut, baik itu berupa cara penggunaan atau pemakaian suatu produk, pemaparan secara lebih rinci, ataupun berisi anjuran dan ajakan yang bersifat menggugah tindakan positif.

#### 5) *Signature*

*Signature* tidak kalah penting dari bagian-bagian desain komunikasi visual yang lainnya dalam upaya memberikan bobot komunikatif suatu desain. Penampilannya berupa tanda “jati diri” atau *Logo type* yang dapat memberikan nilai citra atau *image* khusus suatu produk atau perusahaan tertentu. Dalam penerapan sering berupa *brand name* atau merek perusahaan, nama jenis produk, ataupun singkatan suatu nama atau institusi atau jenis usaha, ditambah lagi dengan unsur desain komunikasi visual lainnya yaitu *splash*, ialah suatu informasi yang singkat dan jelas.

#### 6) Tipografi

Tipografi dalam dunia desain grafis didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak (Adi Kusrianto, 2007:190) sedangkan Tipografi Menurut kamus *The New Grolier Webster International* dalam Renald Kasali (1995: 90), tipografi adalah seni mengatur (*setting* dan pengaturan) huruf (*type*) kemudian mencetaknya. Huruf mempunyai banyak jenis atau *style*. Masing-masing jenis tersebut biasanya disebut *typeface*. Dewasa ini

telah tersedia ribuan rancangan *typeface* yang dapat dipergunakan. Masing-masing rancangan *typeface* tersebut mempunyai karakter tersendiri yang mampu menggambarkan suatu perasaan menjadi pelengkap suatu gambar atau suatu rangkaian kata-kata.

Jadi dalam perancangan desain komunikasi visual penggarapannya harus dikaitkan dengan pemilihan unsur-unsur desain yang akan diimplementasikan kedalam *layout*. Ada beberapa pertimbangan yang harus diperhatikan dalam perancangan desain komunikasi visual, diantaranya harus mengacu pada hal-hal sebagai berikut :

- 1) Pemilihan dan penggunaan elemen-elemen desain yang tepat, baik yang berkaitan dengan garis, bentuk, warna, kontras, tekstur, format serta makna simbolik dari desain yang terpilih.
- 2) Penggunaan bahasa penyampaian yang sesuai dengan target *audience*.
- 3) Keterkaitan antara gambar ilustrasi dengan teks dan pesan makna yang akan dikomunikasikan.
- 4) *Properly technical process* merupakan teknik desain akhir yang memadai.
- 5) *Positioning* yaitu penempatan dan penayangan desain pada media yang tepat.

## **2. Media**

Kekuatan utama media terletak pada fakta bahwa media dapat membentuk apa yang kita ketahui dan dapat menjadi sumber utama berbagai ide dan opini. Media dapat mempengaruhi cara kita berfikir dan bertindak.



Hal tersebut sangat jelas ketika kita melihat berbagai contoh penggunaan media iklan seperti kampanye iklan. Kampanye-kampanye seperti itu menggunakan berbagai jenis media karena itu mengurangi dan menegaskan pesan yang mereka sampaikan (Graeme, 2008:2)

Secara sederhana, media adalah sarana-sarana untuk menyampaikan iklan kepada masyarakat luas. Media berfungsi sebagai alat bantu visual penyampai iklan, yaitu berupa sarana yang cepat memberikan visual kepada masyarakat, memperjelas mempermudah konsep-konsepnya dan sebagai sumber informasi. Bagaimana karakteristik-karakteristik ini cocok untuk strategi pengiklan tertentu. Media periklanan dalam dunia desain menurut Renald Kasali (1995: 23) dibagi menjadi 2 (dua) kelompok yaitu:

a. Media lini atas (*above the line media*).

Media yang dalam penyampaian informasinya berhubungan langsung dengan masyarakat dan bersifat komersil. Media yang dipakai antara lain: media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) dan media luar ruang (papan reklame).

b. Media lini bawah (*below the line media*).

Media secara tidak langsung bersifat komersial, dan tidak memakai sistem pembayaran komisi. Media ini bersifat sebagai penunjang, seperti leaflet, brosur, kalender, agenda, *souvenir* dan lain- lain.

Menurut Kusrianto (2009: 330), Bahan-bahan Promosi atau biasa disebut sebagai *Point of Sale Materials (POS materials)* memiliki bentuk-bentuk yang beraneka ragam, di antaranya:

a. *Leaflet* (Selebaran)

Lembaran kertas cetak yang dilipat menjadi dua halaman atau lebih.

b. *Folder*

Lembaran bahan cetakan yang dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar mudah dibawa. Alasan perlunya *folder* adalah agar mudah dimasukkan ke dalam amplop untuk diposkan atau dimasukkan dalam saku.

c. Brosur (*Booklet*)

Bahan cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku.

d. Katalog

Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar.

e. Kartu Pos

Publisitas yang bermanfaat bias didapat dengan menghadiahkan kartu pos (*post card*) yang menarik kepada pelanggan atau konsumen.

f. *Stationary Set*

Amplop, kop surat, dan pulpen, yang ditempatkan dikamar hotel, berfungsi bukan hanya sebagai servis dari hotel tersebut melainkan termasuk *POS materials* karena terdapat nama produk atau jasa, lengkap dengan alamat dan nomor telepon.

g. *Stufler* (Sisipan)

*Leaflet* yang disisipkan atau ditempatkan dalam kotak kemasan suatu produk.

h. *Hanging Mobile*

Sebuah alat pajangan yang bergerak apabila terkena angin, penempatannya dengan cara digantung.

i. *Wobler*

Merupakan alat pajangan yang cara penempatannya ditempel di dinding atau di rak penjualan menggunakan plastik mika atau bahan jenis lain sehingga gambar menjadi lentur dan bergerak dalam bentuk dua dimensi.

j. *Self Talker*

Media cetak yang mempromosikan suatu produk dengan menempatkan langsung di rak.

k. *Flag Chain*

Rangkaian bendera kecil dengan menampilkan gambar produk, merek, slogan, atau gabungan dari semua itu.

l. *Poster*

Gambar pada selembar kertas berukuran besar yang digantung atau ditempel di dinding atau permukaan lain.

m. *Sticker*

Merupakan bahan promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang fleksibel bisa ditempel dimana saja.

n. *Merchandise / Souvenir*

Merupakan bentuk promosi yang bersifat tanda mata seperti jam, asbak, gantungan kunci, kalender, *t-shirt*, payung, dan lain-lain. Berfungsi sebagai nilai tambah dalam mempromosikan suatu produk.

o. Model

Hiasan atau pajangan dan biasanya berbentuk miniatur produk yang ditawarkan.

Menurut M. Suyanto (2006:2), selain media promosi periklanan yang bersifat *indoor*, ada juga jenis media promosi periklanan yang bersifat *outdoor* atau luar ruangan seperti:

a. *Billboard*

*Billboard* merupakan media periklanan yang paling utama dan dirancang dengan tujuan memperkenalkan nama merek atau instansi. *Billboard* biasanya terpampang di jalan raya yang lalu lintasnya ramai.

b. *Street Furniture*

*Street furniture* adalah media periklanan yang di aplikasikan kedalam obyek segala jenis fasilitas umum yang ditemukan di jalan. Iklan *street furniture* meliputi *bus shelter*, kios, bentuk *display* di mall, dan di bandara udara.

c. Transit

Iklan transit merupakan media periklanan yang di aplikasikan ke dalam obyek berjalan, seperti iklan di badan bus, mobil, truk, dan kendaraan lainnya.

d. Alternatif Media

Periklanan *outdoor* dapat pula berupa alternatif media, misalnya tulisan di balon udara, arena stadion, sinema, iklan pada gantungan pintu dan masih banyak lagi.

Dari berbagai bentuk media di atas, perlu pemilihan dan seleksi yang tepat dalam menentukan bentuk media promosi apa yang sesuai dan efektif bagi obyek atau perusahaan yang akan dipromosikan. Pemilihan bentuk promosi yang tepat dan efektif dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan atau pengelola obyek, karena dapat meringkas biaya yang dikeluarkan.

### 3. Promosi

Promosi (*Promovere* / *Promotion*) adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. (<http://id.wikipedia.org/wiki/promosi.htm>)

Dalam pengertian lain, disebutkan oleh Hahn (1997:xxii) bahwa promosi adalah semua yang dilakukan untuk membantu penjualan suatu produk atau jasa di tiap tempat jaringan penjualan, mulai dari bahan-bahan presentasi yang digunakan seorang tenaga penjualan ketika melakukan penawaran hingga siaran niaga di berbagai media untuk memikat pelanggan agar memperoleh kesan yang menyenangkan terhadap apa yang di iklankan.

Tujuan Promosi di antaranya adalah:

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial

2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Kesimpulan dari pengertian diatas adalah, promosi merupakan proses atau cara memberitahukan dan menawarkan suatu barang atau jasa melalui berbagai media untuk memikat pelanggan serta bertujuan untuk menambah keuntungan dan mengangkat nilai jual suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

## **B. Pariwisata**

Wisata dalam ilmu sosial dikatakan sebagai alat pemuas kebutuhan tingkat tersier yang mana dalam pelaksanaannya dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan yang lebih utama. Menurut Oka A Yoeti (1991:109), bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha bisnis atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Dari pengertian di atas, pariwisata berdasarkan obyeknya terdiri dari wisata budaya, wisata hiburan, wisata edukasi, dan wisata religius.

Pengertian secara singkat tentang wisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seorang atau sekelompok orang dengan menggunakan kendaraan dengan tujuan melihat-lihat, bersenang-senang, studi, kegiatan religi di berbagai tempat atau suatu kota baik dalam negeri maupun luar negeri.

### **C. Kawasan dataran tinggi Dieng**

#### **1. Peran Sebagai Pariwisata**

Dataran Tinggi Dieng merupakan andalan bagi kota Banjarnegara dan Wonosobo dalam bidang kepariwisataan. Dataran tinggi Dieng mempunyai objek wisata yang cukup lengkap, mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata budaya dan agro wisata semuanya tersedia di kawasan dataran tinggi Dieng. Beberapa objek yang menjadi andalan dari kawasan dataran tinggi Dieng meliputi:

##### **a) Telaga**

Dari beberapa telaga yang terdapat di dataran tinggi Dieng telaga Warna merupakan telaga yang paling terkenal dan diminati pengunjung. Telaga warna merupakan sebuah telaga yang sering memunculkan nuansa warna merah, hijau, biru, putih, dan lembayung, Telaga Pengilon, yang letaknya bersebelahan persis dengan Telaga Warna, uniknya warna air di telaga ini bening seperti tidak tercampur belerang. Keunikan lain adalah yang membatasi Telaga Warna dengan Telaga Pengilon hanyalah rerumputan yang terbentuk seperti rawa kecil. Telaga Merdada, adalah merupakan yang terbesar di antara telaga yang ada di Dataran Tinggi Dieng. Airnya yang tidak pernah surut dijadikan

sebagai pengairan untuk ladang pertanian. Bahkan Telaga ini juga digunakan para pemancing untuk menyalurkan hobi atau juga wisatawan yang sekedar berkeliling dengan perahu kecil yang disewakan oleh penduduk setempat.

b) Kompleks Candi Dieng

Kompleks candi Dieng merupakan kumpulan candi hindu yang dibangun pada abad ke-7, antara lain: Candi Gatotkaca, Candi Bima, Candi Arjuna, Candi Semar, Candi Sembadra, Candi Srikandi, Candi Setyaki, Gangsiran Aswatama, dan Candi Dwarawati. Gua Semar, Gua Jaran, Gua Sumur. Terletak di antara Telaga Warna dan Telaga Pengilon, masih aktif digunakan sebagai tempat untuk upacara keagamaan.

c) Dieng *Plteau Theater* (DPT)

Dieng *plateau theater* merupakan tempat untuk memutar film tentang informasi seputar kawasan dataran tinggi Dieng.

d) Museum Kaliasa

Di museum ini menyimpan artefak dan memberikan informasi tentang alam (geologi, flora-fauna), masyarakat Dieng (keseharian, pertanian, kepercayaan, kesenian) serta warisan arkeologi dari Dieng. Memiliki *theater* untuk melihat film (saat ini tentang arkeologi Dieng), panggung terbuka di atas atap museum, serta restoran.

e) Kawah Sikidang

Kawah sikidang merupakan kawah paling populer di kawasan dataran tinggi Dieng. Dataran Tinggi Dieng merupakan wilayah yang begitu



banyak terdapat kawah, antara lain Kawah Sikidang, Kawah Sileri, Kawah Timbang, Kawah Sibanteng, Kawah Candradimuka dan kawah kawah kecil lainnya.

## **2. Sejarah Kawasan dataran tinggi Dieng**

Nama *Dieng* berasal dari gabungan dua kata Bahasa Kawi yaitu: "di" yang berarti "tempat" atau "gunung" dan "Hyang" yang bermakna Dewa. Dengan demikian, Dieng berarti daerah pegunungan tempat para dewa dan dewi bersemayam. Nama Dieng berasal dari bahasa Sunda karena diperkirakan pada masa pra-Medang sekitar tahun 600 Masehi daerah itu berada dalam pengaruh politik Kerajaan Galuh.

## **3. Ciri Khusus Kawasan dataran tinggi Dieng**

Secara geografis dataran tinggi Dieng (Dieng Plateau) berada di dua wilayah yaitu Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Wonosobo. Letaknya berada pada ketinggian sekitar 2 000 meter di atas permukaan air laut, dengan suhu siang hari antara 15 derajat Celcius dan 10 derajat Celcius pada malam hari. Dataran tinggi Dieng terletak tepat di perbatasan antara Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo. Wilayah terbesar dimiliki oleh Kabupaten Banjarnegara. Dataran Tinggi Dieng terletak 55 km sebelah timur laut Kota Banjarnegara, dan 26 km ke utara dari kota Wonosobo.

### **a. Tanaman khas Dieng:**

#### **1) Paprika Dieng**

Merupakan cabe khas Dieng yang mempunyai bentuk gemuk dan besar.

## 2) Carika Dieng

Buah carika hanya terdapat di dataran tinggi Dieng, saat ini tergolong langka dan dikembangkan oleh penduduk menjadi *Home Industri* seperti sirup dan manisan.

## 3) Kemar

Kemar adalah buah terong khas dataran tinggi yang pertama kali ditanam di kawasan dataran tinggi Dieng oleh VOC sehingga dikenal juga dengan nama Terong Belanda atau Terong Dieng.

## 4) Kentang

Kentang merupakan salah satu tanaman yang menjadi sumber ekonomi masyarakat Dieng.

## 5) Purwaceng

Purwaceng adalah tumbuhan langka yang tumbuh di kawasan dataran tinggi Dieng. Purwaceng menurut warga sekitar mempunyai khasiat meningkatkan stamina.

# b. Seni tradisional khas Dieng

## 1) Thek-thek

Merupakan kesenian asli daerah Banyumasan di mana peralatan musiknya sebagian besar adalah bambu. Kesenian ini berawal dari kegiatan siskamling masyarakat yang berkeliling desa dengan memukul bambu di mana suara yang di timbulkan berbunyi “ thek-thek” sehingga kesenian tersebut di sebut “Thek-thek”.

## 2) Seni Warok

Kesenian yang berasal dari daerah Trenggalek Jawa Timur yang terkenal dengan tokoh utama yaitu Warok Suro Menggolo dengan senjata utamanya kolor atau Cambuk dari ikat pinggang

3) Seni Tari Rampag

Merupakan seni tari khas asli Dieng, Yang diambil dari cerita pewayangan di mana tariannya menggambarkan para prajuritnya Raden Gatot kaca Ksatria Pringgondani.

4) Seni Tari Wira Cakil

Merupakan tarian khas Dieng yang diambil dari cerita masyarakat Dieng tentang adanya Gasiran Aswatama dan menceritakan sosok lakilaki yang berwatak kasar dan liar.

5) Tari Lengger (Topeng)

Lengger berasal dari kata “ilingo ngger” yang berarti petuah bijak agar kita slalu ingat kepada Tuhan yang Maha Esa dan terhadap sesama. Tarian ini mengisahkan Penyamaran Panji Asmara Bangun menjadi penari keliling dalam mencari Dewi Sekartaji.

6) Rodad

Seni dan budaya ini muncul sejak jaman Sunan Kalijaga yang merupakan salah satu cara untuk siar Islam. Acara ini di laksanakan untuk memperingati tahun baru Hijriah yang pelaksanaanya di lakukan setiap jum'at selama bulan Muharram dengan mengelilingi desa, ritual ini di sebut Baritan atau membubarkan peri dan setan.

c. Kompleks Candi Dieng

1. Kelompok Candi Arjuna

Kelompok Arjuna terletak di tengah kawasan Candi Dieng, terdiri atas 4 candi yang berderet memanjang arah utara-selatan. Candi Arjuna berada di ujung selatan, kemudian berturut-turut ke arah utara adalah Candi Srikandi, Candi Sembadra dan Candi Puntadewa. Tepat di depan Candi Arjuna, terdapat Candi Semar. Keempat candi di kompleks ini menghadap ke barat, kecuali Candi Semar yang menghadap ke Candi Arjuna. Kelompok candi ini dapat dikatakan yang paling utuh dibandingkan kelompok candi lainnya di kawasan Dieng.

2. Kelompok Candi Gatutkaca

Kelompok Gatutkaca terdiri atas 5 candi, yaitu Candi Gatutkaca, candi Setyaki, candi Nakula, candi Sadewa, candi Petruk dan candi Gareng, namun saat ini yang masih dapat dilihat bangunannya hanya candi Gatutkaca. Keempat candi lainnya hanya tersisa tinggal reruntuhan saja.

3. Kelompok Candi Dwarawati

Kelompok Dwarawati terdiri atas 4 candi, yaitu candi Dwarawati, candi Abiyasa, candi Pandu, dan candi Margasari. Akan tetapi, saat ini yang berada dalam kondisi relatif utuh hanya satu candi, yaitu candi Dwarawati.

#### 4. Daya Tarik Pendukung

##### 1. Kabupaten Banjarnegara

###### a. Arungjeram

Wisata arungjeram ini berada di kali Serayu Kabupaten Banjarnegara bagian timur cukup dekat dengan Kabupaten Wonosobo. Wisata Arungjeram ini sudah dikelola dengan sangat baik mulai dari fasilitas yang memadai dan pekerja profesional. Terdapat beberapa *organizer*/pengelola wisata Arungjeram ini, dan yang paling terkenal adalah Serayu Adventure Indonesia.

###### b. Taman Rekreasi Margasatwa Serulingmas (TRMS)

Taman rekreasi margasatwa Serulingmas terletak di kompleks makam Ki Ageng Selamanik, di lembah Sungai Serayu, kurang dari satu kilometer utara kota Banjarnegara. Sarana wisata yang ada di taman rekreasi margasatwa Serulingmas antara lain : taman satwa, kolam renang, arena permainan anak, Panggung hiburan, Wisata arena pemancingan umum, juga terdapat makam Ki Ageng Selomanik yang dikeramatkan bagi warga sekitar. Beberapa satwa yang ditangkarkan antara lain : Singa, Gajah, Harimau, Ular, Orangutan, berbagai jenis burung, dan lain-lain. Objek wisata ini sangat diminati oleh anak-anak dan remaja, pada hari-hari libur objek wisata ini selalu padat pengunjung.

c. Waduk Panglima Besar Jendral Sudirman

Waduk Panglima Besar Jendral Soedirman atau yang biasa dikenal waduk merica, terletak sekitar 9km barat kota Banjarnegara. Waduk Mrica sejatinya difungsikan sebagai sarana pembangkit listrik tenaga air yang melayani area Jawa dan Bali. Waduk Mrica merupakan waduk buatan dengan membendung sungai Serayu yang melintasi wilayah Banjarnegara. Bendungan Waduk Mrica mempunyai panjang 6,5Km dan luas 1.250Ha, menjadikannya sebagai bendungan terpanjang di Asia Tenggara. Bendungan sebesar ini dihasilkan dengan menenggelamkan 32 desa di 7 kecamatan yang ada disekitar aliran sungai Serayu Banjarnegara.

Waduk Panglima Jenderal Sudirman ini tidak hanya berfungsi sebagai PLTA, tetapi juga pariwisata dan juga irigasi pertanian. Pariwisata yang dikembangkan di waduk Panglima Jenderal sudirman ini adalah lahan rekreasi yang dikemas dengan beragam fasilitas, mulai dari wisata air (perahu motor, dayung dan memancing), arena bermain anak, panggung pertunjukkan terbuka, dan juga terdapat padang Golf.

Suasana di lokasi wisata waduk Panglima Jendral Sudirman cukup sejuk, karena banyak ditumbuhi pepohonan yang rindang. Objek wisata waduk panglima Jendral Sudirman ini cenderung sepi pengunjung pada hari biasa, dan mulai rame pada saat liburan.

## 2. Kabupaten Wonosobo

### a. Agro Wisata Tambi

Tempat wisata ini terhampar luas disepanjang gunung sundoro yang memiliki ketinggian 1300m sampai 2.000m diatas permukaan laut. Lokasi Objek wisata tambi ini bersuhu sejuk yang dibangun di desa tambi, dan dilengkapi beberapa fasilitas seperti; pondok wisata, kolam pemaningan ikan, lapangan olah raga, kebun teh, dan taman bermain.

### b. Air Terjun Sikarim

Air terjun sikarim juga merupakan objek wisata yang menarik di Kabupaten Wonosobo. Air terjun ini terletak di desa mandi kecamatan garun, sekitar 20kilometer ke utara dari kota Wonosobo. Ketinggian air terjun ini sekitar 80meter dengan latar belakang pegunungan yang menjulang tinggi.

### **BAB III**

## **METODE PERANCANGAN**

### **A. Tahap Perancangan**

Tahap perancangan ini dimulai dengan pemilihan objek yang akan dijadikan media untuk digunakan sebagai desain promosi kawasan dataran tinggi Dieng. Proses perancangan ini mengacu pada kreatifitas, yaitu kemampuan untuk menyajikan gagasan atau ide baru. Strategi kreatif memfokuskan pada apa yang harus dikomunikasikan yang akan memadu pengembangan seluruh pesan yang digunakan dalam periklanan. Adapun hal yang menjadi acuan dan tolak ukur dalam merencanakan dan merancang sebuah media periklanan adalah faktor efektifitas dan efisiensi.

#### **1. Pengumpulan Data**

##### **a. Teknik Pengumpulan data**

Pengumpulan data dalam perancangan media promosi ini menggunakan teknik:

##### **1) Observasi**

Observasi atau pengamatan merupakan setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran atau kegiatan yang menggunakan indra penglihatan.

##### **2) Wawancara**

Pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden.



### 3) Dokumentasi

Metode yang digunakan untuk mencari data yang berada di objek penelitian mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, agenda dsb.

#### b. Perolehan data dari berbagai sumber

Data diperoleh dalam bentuk data tulis (verbal) dan data gambar (visual).

Data tertulis didapatkan dari wawancara, artikel, buku dan internet. Data visual diperoleh dari foto dan gambar.

Perolehan data verbal dan data visual:

1. Mengumpulkan data/profil tentang kawasan dataran tinggi Dieng
2. Foto-foto objek potensi objek kawasan dataran tinggi Dieng.
3. Foto-foto objek lokasi yang dijadikan andalan kawasan dataran tinggi Dieng sebagai daya tarik wisatawan.

#### c. Implementasi

Implementasi, merupakan perwujudan visualisasi kreatif desain kedalam media yang dipilih disesuaikan dengan media yang digunakan, sasaran media, strategi media serta komunikasi yang komunikatif dan efektif dalam masyarakat. Proses implementasi ini diperlukan perancangan kreatif, pemikiran proses produksi media dan penerapan media serta penyebarannya. Pengumpulan data berupa materi dan foto-foto yang disusun berdasarkan konsep awal yang sudah direncanakan.

## 2. Langkah Perancangan

Langkah perancangan mengacu pada kreatifitas dan kemampuan menyajikan gagasan baru dari data yang diperoleh. Selanjutnya strategi kreatifnya adalah

memfokuskan apa yang harus dikomunikasikan kepada *audience* atau penerima pesan.

Langkah perancangan:

- a. Pemilihan foto sebagai bahan perancangan logo dan maskot
- b. Membuat sketsa awal/kasar desain perangkat meliputi sket logo dan maskot berdasarkan unsur-unsur Desain Komunikasi Visual
- c. Pemilihan bentuk media promosi yang digunakan dalam perancangan ini, dibagi menjadi dua yaitu, media utama dan media penunjang. Pemilihan bentuk media ini disesuaikan dengan unsur Desain Komunikasi Visual sehingga mencapai target *audiens*, agar tertarik dan terkesan serta menimbulkan rasa keingintahuan terhadap obyek-obyek yang ditawarkan di kawasan dataran tinggi Dieng
- d. Sketsa awal/kasar desain perangkat media promosi berdasarkan unsur-unsur Desain Komunikasi Visual
- e. Pemilihan foto sebagai gambar ilustrasi yang disesuaikan dengan obyek yang ada di kawasan dataran tinggi Dieng.

### **3. Alat/Instrumen**

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kamera digital peneliti sendiri dengan teknik dokumentasi. Sumber data diambil dari hasil internet dan buku-buku yang terkait pencarian data di lapangan. Proses menggunakan perangkat keras (*hardware*) antara lain: komputer dan kamera digital. Sedangkan perangkat lunak (*software*) yang digunakan program *Microsoft Word*, *Corel Draw* dan *Adobe photoshop*.

#### 4. Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dengan membandingkan data yang diperoleh, yang berisi:

a. *Strengths* (kekuatan)

Memiliki beberapa fasilitas seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya dan agro wisata sekaligus dalam satu destinasi.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahannya di dataran tinggi Dieng merupakan sebuah kompleks pariwisata yang terdapat begitu banyak objek pariwisata, sehingga ada kesulitan dalam membuat satu citra/*image* tertentu yang dapat mewakili keseluruhan objek tentang dataran tinggi Dieng sampai saat ini. Sehingga mengakibatkan kurang maksimalnya promosi yang ada saat ini.

c. *Opportunities* (peluang)

Merancang dan mengenalkan citra/*image* seperti Logo dan maskot kawasan dataran tinggi Dieng kepada masyarakat dengan desain media promosi seperti *Billboard*, poster, papan nama, iklan majalah, tiket dan *souvenir*.

d. *Threats* (ancaman)

Salah satu ancamannya adalah dikarenakan wilayah dataran tinggi Dieng terbagi secara administratif oleh dua Kabupaten berbeda yaitu Banjarnegara dan Wonosobo, ketika dari dua wilayah itu mempunyai konsep yang berbeda mengenai citra/*image* dan tidak mau saling besinergi akan sangat mengancam *brand image* yang sudah terbentuk.

## **B. Perencanaan Kreatif**

### **1. Tujuan kreatif**

Program media promosi ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas, mudah dimengerti, diterima dan menarik oleh masyarakat luas dan sebagai identitas untuk mengembangkan obyek wisata kawasan dataran tinggi Dieng.

### **2. Strategi kreatif**

Strategi kreatif yang dilakukan untuk mendapatkan cara yang tepat dan efektif terkait perancangan media promosi wisata kawasan dataran tinggi Dieng, meliputi perancangan elemen-elemen visual yang digunakan disusun menjadi satu kesatuan komposisi yang harmonis sesuai dengan prinsip desain. Selain itu, didukung juga dengan perancangan logo dan maskot yang kemudian diterapkan ke dalam media yang digunakan.

## **C. Standar Visual**

### **1. Ilustrasi**

Merupakan penjelasan atas pesan yang ingin disampaikan dalam wujud gambar atau foto. Ilustrasi juga berfungsi sebagai penghubung antara isi dengan bentuk visual, karena ilustrasi akan dapat berbicara banyak mengenai tema dalam upaya mendukung *headline*. Fungsi yang lebih pokok dari ilustrasi adalah sebagai penarik perhatian, menjelaskan suatu pertanyaan dan merangsang khalayak untuk membaca keseluruhan isi pesan.

### **2. Tipografi**

Tipografi merupakan seni menyusun atau mengatur bentuk (mengorganisasi huruf) jenis dan ukuran huruf. Tipografi yang berhasil akan memberikan nilai tambah pada suatu Desain Komunikasi Visual. Memilih jenis huruf yang akan dipakai harus memperhatikan dan menyesuaikan dengan tema yang diambil, target yang dituju maupun kondisi sifat isi pesan. Sesuai dengan tema, maka jenis-jenis tipografi yang akan digunakan harus mempunyai karakter lembut, sederhana dan mudah dibaca sekaligus menarik, Tipografi yang akan dijadikan pilihan sebagai media promosi wisata kawasan dataran tinggi Dieng yaitu sebagai berikut:

a. Tipografi yang mempunyai karakter tegas, sederhana, dan mudah dibaca

1) Arial

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; : ' " “**

2) Maindra GD

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m o p q r s t u v w x y z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; : ' " “**

b. Tipografi yang mempunyai karakter lembut

3) Freestyle script

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z*  
*a b c d e f g h i j k l m o p q r s t u v w x y z*  
*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , / ; : ' " “*

## 4) Vladmir script

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*2 234567890.,/;: '"*

- c. *Freehand* (Font yang Didesain dengan menstililir *thema* tertentu untuk tujuan tertentu). Karakter dalam *font freehand* ini didesain sesuai dengan karakter Dieng untuk menarik perhatian.

### 3. Warna

Warna adalah bahasa visual yang sangat efektif untuk menyampaikan kesan, arti, melukiskan keadaan dan maksud dari sebuah pesan. Warna merupakan pelengkap dari suatu bentuk sebagai salah satu unsur dalam menambah daya tarik visual. Warna mempunyai fungsi yang paling penting dan merupakan unsur yang pokok dalam seni rupa, diantaranya adalah:

- Menarik perhatian
- Memperoleh suasana sesuai dengan pesan yang dibuat
- Untuk menambah/menimbulkan suasana alami
- Membantu membangkitkan perasaan tertentu

Warna yang digunakan dalam promosi komplek pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng ini adalah warna hijau, biru dan coklat sebagai warna utama, sedangkan warna lain disesuaikan dengan tiap-tiap media yang digunakan. Pemilihan warna ini mengandung arti :



Konsep warna hijau disini adalah alami, pertumbuhan, kesuburan dan kesegaran, warna hijau ini sesuai dengan karakteristik wisata kawasan dataran tinggi Dieng yang sejuk, segar, dan alami. Selain warna hijau mempunyai karakter sejuk dan segar juga melambangkan persahabatan, muda, kehidupan dan harapan.



Konsep warna biru disini adalah ketinggian, menyejukan, dingin, dan spiritualitas. Warna hijau sangat sesuai untuk mewakili ketinggian dan cuaca yang dingin pada kawasan dataran tinggi Dieng.



Konsep warna coklat disini adalah tradisi, keanggunan dan kemegahan. Warna coklat disini diharapkan sesuai konsep wisata kawasan dataran tinggi Dieng yang memiliki tradisi lokal yang cukup kuat.

#### **4. *Layout***

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsen atau pesan yang dibawanya (Suriyanto Rustan 2010). Pengaturan atau penataan unsur-unsur grafis pada suatu halaman diperlukan agar bisa dicapai komposisi yang menarik, harmonis, enak dilihat serta dibaca. Penataan *layout* dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan nilai estetik. Komposisi materi ilustrasi yang digunakan mencakup penataan teks, gambar, dan logo harus memperhatikan

prinsip-prinsip *Layout* itu sendiri yaitu, *sequence* atau urutan (*hierarki*), *emphasis*/penekanan, *balance*/keseimbangan, dan *unity* /kesatuan. Visualisasi yang merupakan salah satu unsur dari *layout* diharapkan mampu membangun dan menciptakan keterikatan emosi dengan *audience* sehingga tercipta komunikasi yang baik. Perancangan desain promosi diperlukan proses dan tahapan yang baik agar mendapatkan hasil yang baik dan memuaskan. Dalam perancangan desain promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng menggunakan beberapa tahapan layout antara lain:

a. *Layout* gagasan

*Layout* gagasan yaitu tahap awal dari sebuah visualisasi perancangan berupa coretan-coretan dasar untuk mencari tata letak ataupun susunan bentuk, teks dan gambar.

b. *Layout* kasar

*Layout* kasar berupa kumpulan sketsa dari penuangan gagasan yang telah direncanakan namun masih dapat direvisi kembali dalam pembuatan desainnya dan dapat dikembangkan lagi.

c. *Layout* lengkap

Setelah gagasan ditentukan dan telah melalui tahapan pengembangan dan penyempurnaan, maka dibuatlah *layout* secara lengkap. *Layout* lengkap merupakan titik akhir dalam pembuatan karya desain atau disebut sebagai *Final Design* yang mana *layout* sudah dalam bentuk jadi dan dapat dilihat, dinikmati dan dipahami konsepnya.



## **D. Perencanaan Logo dan Maskot**

### **1. Perencanaan Logo**

Logo merupakan istilah, jika dilihat lebih spesifik logo bisa berupa rangkain huruf, bentuk gambar, atau gabungan huruf dan gambar. Logo yang berupa rangkaian huruf disebut *Logo Type*, untuk logo yang berupa bentuk gambar disebut *Logo Gram*, sedangkan untuk logo yang mengandung rangkaian huruf dan bentuk gambar disebut campuran. Perencanaan logo wisata kawasan dataran tinggi Dieng akan menggunakan jenis logo campuran.

Logo dibuat bukan sekedar sebagai merek daagang atau simbol perusahaan, melainkan harus memberikan kepercayaan (*trust*) dalam waktu sesingkat mungkin. Logo harus mudah diingat, mengesankan, berciri khas, dan tidak terlalu rumit.

### **2. Perencanaan Maskot**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, maskot adalah suatu bentuk karakter berdasarkan objek tertentu (manusia, hewan, tumbuhan, atau imajinasi) yang penerapannya bisa berupa dua atau tiga dimensi pada berbagai media, yang dijadikan identitas suatu *brand*. Maskot biasanya menggunakan ciri khas yang tetap, baik itu berupa bentuk maupun warna. Perencanan maskot wisata kawasan dataran tinggi Dieng akan diambil berdasarkan objek manusia yaitu bocah *Gembel*.

### 3. Perencanaan Desain Pendukung Wisata

Desain pendukung wisata ini merupakan desain perlengkapan yang menopang keberlangsungan kegiatan pariwisata di dataran tinggi Dieng seperti desain tiket masuk, seragam karyawan, dan juga desain iklan pada mobil Dieng travel dan juga pembuatan logo dari kegiatan pendukung/penopang kegiatan pariwisata di kawasan dataran tinggi Dieng. Pendukung pariwisata yang perlu untuk diberikan citra/*image* tersendiri adalah Dieng travel dan wisata agro Dieng. Logo pendukung wisata ini dibuat berbeda dengan logo utama namun tetap terkait. Pendukung atau penopang pariwisata ini perlu di desain untuk membantu membentuk citra/*image* yang sesuai karakter kawasan dataran tinggi Dieng kepada masyarakat.

### E. Perencanaan Media

#### 1. Tujuan Media

Tujuan dari desain media ini adalah untuk memilih media yang paling efektif dan efisien, yang mendukung keberhasilan pelaksanaan desain media promosi obyek wisata kawasan dataran tinggi Dieng agar mampu mempengaruhi target sasaran sesuai pesan yang disampaikan. Desain pemilihan media ini berdasarkan pada :

- a. Kegiatan dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.
- b. *Frekuensi* masyarakat dalam melihat iklan pada suatu media.
- c. Kondisi media promosi yang sudah ada sebelumnya.

## 2. Strategi Media

Desain perangkat media promosi ini dibagi menjadi dua bagian yaitu media utama dan media penunjang. Media utama adalah *Billboard*. Media penunjang antara lain: poster, *leaflet*, iklan majalah, *x-banner*, papan nama, *tourist map*/peta wisata, *bus panel*/iklan mobil, desain seragam karyawan, tiket masuk dan *souvenir*.

## 3. Program Media

### a. Pelaksanaan Program Media

Program media akan dilaksanakan dengan estimasi waktu untuk jangka satu tahun, kemudian setelah itu akan diperbaiki dan direvisi sesuai dengan perkembangan wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Pelaksanaan program media adalah dengan cara dipasang di titik-titik penting dan strategis, yaitu: kota Magelang dan temanggung yang merupakan akses jalan menuju lokasi untuk menggiring para wisatawan dari arah timur dan Purwokerto untuk menggiring wisatawan dari arah barat dan Kota Semarang sebagai pintu gerbang Jawa Tengah terutama di Bandar Udara Ahmad Yani, dan dua *billboard* lainnya dipasang pada jalan menuju lokasi dengan akses melalui kota Banjarnegara dan satu lainnya pada jalan menuju lokasi dengan akses melalui kota Wonosobo.

### b. Estimasi Biaya Media

Estimasi biaya disusun agar perancangan dapat berjalan lancar dengan melihat rincian biaya yang harus dikeluarkan setiap jenis media dan total biaya keseluruhan.

Untuk estimasi biaya media utama adalah sebagai berikut:

NO	JENIS	UKURAN	JUMLAH PRODUKSI	ESTIMASI BIAYA
1	<i>Billboard 1</i>	500 x 300 cm	1 buah Jangka 1 tahun	85.000.000
2	<i>Billboard 2</i>	500 x 300 cm	1 buah Jangka 1 tahun	112..500.000
3	<i>Billboard 3</i>	500 x 300 cm	1 buah Jangka 1 tahun	85.000 000
4	<i>Billboard 4</i>	300 x 500 cm	1 buah Jangka 1 tahun	85.000 000
5	<i>Billboard 5</i>	300 x 500 cm	1 buah Jangka 1 tahun	85.000 000
<b>JUMLAH</b>				452.500 000,-

Biaya *Billboard* sudah meliputi:

Biaya produksi, biaya desain, sewa lokasi selama 1 tahun, sewa kontruksi, retribusi tata kota, pajak reklame, biaya pengurusan izin, biaya rekening listrik, dan biaya perawatan.

Untuk estimasi biaya media penunjang adalah sebagai berikut:

NO	JENIS	UKURAN	JUMLAH PRODUKSI	ESTIMASI BIAYA
1	Poster	A3	500 eksemplar	2.000 000
2	<i>Leaflet</i>	½ A3	500 eksemplar	1.000.000
4	<i>X-Banner</i>	80x 160 cm	2 buah	120.000
5	Iklan majalah	A4 cm	Per edisi bulana jangka waktu 5 bulan, untuk 2 jenis iklan	50.000.000
6	Papan Nama	300 x 500cm	1 buah	7 000 000
<b>JUMLAH</b>				60.120.000

Untuk estimasi biaya desain perlengkapan adalah sebagai berikut:

NO	JENIS	UKURAN	JUMLAH PRODUKSI	ESTIMASI BIAYA
1	Bus panel	Mini bus Elf	20 Unit	20.000.000
2	Peta wisata	½ A4	10.000 eksemplar	15.000.000
3	Seragam Karyawan	Dewasa	60 potong	1.800.000
4	Tiket	14 x 5 cm	10.000 eksemplar	5.000.000
<b>JUMLAH</b>				41.800.000

Untuk estimasi biaya media *souvenir* adalah sebagai berikut:

NO	JENIS	UKURAN	JUMLAH PRODUKSI	ESTIMASI BIAYA
1	Kalender	½ A4	500 kalender	800.000
2	<i>Sticker</i>	3 x 8 cm	1000 eksemplar	500.000
		10 x 5 cm	1000 eksemplar	600.000
3	Topi Gunung dan syal	Dewasa dan anak-anak	500 buah	5.000.000
4	T-shirt	Dewasa & anak-anak	500 potong	10.000.000
5	Kartu pos	10 x 20 cm	500 buah	1.000.000
	Pin-up	Diameter 15 cm dan 10 cm	500 buah	1.500.000
<b>JUMLAH</b>				19.400.000

Catatan: Estimasi biaya di atas masih perkiraan kasar

Total keseluruhan estimasi biaya untuk pembuatan media adalah

Rp 573.820.000.

## **BAB IV**

### **VISUALISASI DESAIN**

#### **A. Perancangan Desain Logo**

##### **1. Tujuan Perancangan**

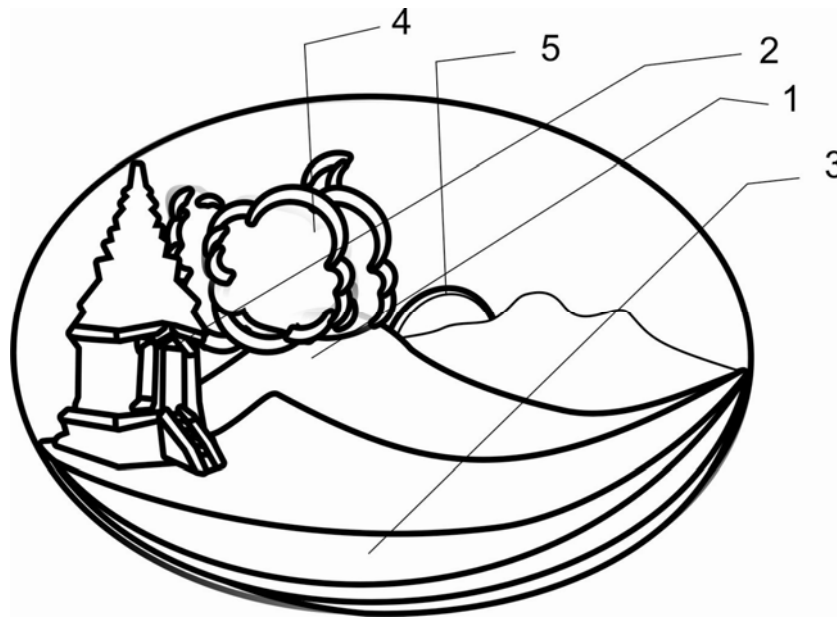
Tujuan utama dari perancangan logo obyek Wisata kawasan dataran tinggi Dieng adalah untuk menampilkan citra/*image* obyek wisata yang sesuai dengan karakteristik dan jenis pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng, yaitu sebagai pariwisata yang sifatnya alami, sejuk, berbudaya lokal dan mempunyai berbagai macam objek yang menarik. Dataran tinggi Dieng belum mempunyai logo resmi yang mampu memberi citra/*image* tersendiri tentang wilayah tersebut.

Selain meningkatkan citra/*image* kawasan pariwisata, dengan identitas yang tepat dan benar sesuai dengan karakteristiknya, kawasan dataran tinggi Dieng diharapkan mampu memberikan ciri khas yang terus akan menjadi *brand image* sebagai obyek wisata, dimana ciri khas tersebut mampu mencerminkan karakter dataran tinggi Dieng yang alami, sejuk, berbudaya lokal, dan mempunyai berbagai macam objek wisata yang menarik.

##### **2. Strategi Perancangan**

Setelah mengetahui tujuan perancangan logo obyek Wisata kawasan dataran tinggi Dieng, maka dalam membuat strategi perancangan logo Wisata kawasan dataran tinggi Dieng tersebut diperlukan metode desain dan panduan media agar diperoleh hasil yang optimal.

- a. Pemilihan bentuk ikon dan bentuk simbol yang paling cocok



Gb 1. Bentuk Logo Awal

Bentuk ikonik kesatu yang dipilih yaitu bentuk pegunungan yang telah disederhanakan, bentuk pegunungan mewakili wilayah kawasan dataran tinggi Dieng secara keseluruhan. Dataran tinggi Dieng berada di dataran tinggi dengan *countur* wilayahnya berbukit-bukit terjal yang menjadi ciri utama wilayah tersebut.

Elemen bentuk yang kedua adalah bentuk penyederhanaan dari candi Dieng khususnya mengambil bentuk dari candi Arjuna, bentuk ini mewakili objek wisata kawasan candi Dieng yang menjadi salah satu objek andalan, dan menjadi salah satu tumpuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Elemen bentuk yang ketiga adalah bentuk penyederhanaan dari telaga, bentuk ini dimaksudkan sebagai bentuk yang mewakili objek

wisata berbagai telaga di kawasan dataran tinggi Dieng. Telaga yang paling terkenal dan mampu menjadi ikon adalah telaga warna, yang juga termasuk dalam salah satu objek wisata andalan kawasan dataran tinggi Dieng dan sekaligus menggambarkan kondisi geografis wilayah disana.









Elemen bentuk yang ke empat adalah penyederhanaan bentuk dari kawah, bentuk kawah ini digambarkan sebagai asap yang keluar dari kawah, dimaksudkan sebagai simbol dari kawah-kawah yang terdapat di dataran tinggi Dieng. Ikon ini sangat sesuai dengan karakteristik kawasan dataran tinggi Dieng yang merupakan wilayah Vulkanik aktif yang terdapat begitu banyak kawah.

Elemen bentuk yang kelima adalah matahari terbit/*sunrise* dan langit yang berwarna kemerahan. Bentuk ini merupakan penyederhanaan dari bentuk matahari terbit/*sunrise*. Matahari terbit/*sunrise* di wilayah kawasan dataran tinggi Dieng terkenal begitu indah dan disebut-sebut sebagai salah satu tempat terbaik di Indonesia untuk menikmati matahari terbit/*sunrise*.

#### b. Pemilihan Warna

Pemilihan warna pada logo wisata kawasan dataran tinggi Dieng harus selaras dengan konsep yang telah ditetapkan, yaitu harus sesuai dengan karakteristik wisata kawasan dataran tinggi Dieng yang alami, sejuk, berbudaya lokal, dan memiliki berbagai macam objek yang menarik. Dalam perancangan warna pada logo obyek Wisata kawasan dataran tinggi Dieng pemilihan terdiri dari berbagai macam warna, yaitu:



Biru =		C=100 M=0 Y= 0 K=0
		C=19 M=0 Y=0 K=0
coklat =		C=0 M=60 Y=63 K=65
hitam =		C=100 M=100 Y=100 K=100
hijau =		C=62 M=5 Y=99 K=0
		C=73 M=30 Y=99 K=2
		C=57 M=15 Y=97 K=0
merah =		C=0 M=40 Y=40 K=0

#### Makna Warna :

Merah	: kekuatan, kegembiraan, semangat
Coklat	: nyaman, ketenangan, kesederhanaan
Hijau	: alami, kesejukan, kesegaran
Biru	: kesegaran dan kedamaian.
Hitam	: serius, berkelas dan misteri.

Dari warna-warna tersebut didapat sebuah karakter logo Wisata kawasan dataran tinggi Dieng yang sesuai dengan karakteristik wilayah

kawasan dataran tinggi Dieng, dan mampu mewakili karakteristik wilayah tersebut yang alami serta sejuk, memiliki tradisi lokal yang masih terjaga dan memiliki berbagai macam objek wisata. Hal ini yang akan memberi gambaran tentang sifat dan konsep sebuah objek Wisata kawasan dataran tinggi Dieng kepada masyarakat.



Gb 2. Bentuk logo awal setelah pewarnaan

c. Pemilihan jenis *Font* (huruf) pada logo

Jenis *Font* yang akan digunakan dalam logo utama ini agar sesuai dengan karakter yang direncanakan adalah :

*Font:*

**Dieng**

Jenis *Font* pada kata “Dieng” menggunakan jenis *Font Freehand*. *Freehand* adalah jenis *Font* yang didesain dengan menstililir *thema* tertentu untuk kepentingan dan tujuan tertentu. *Font* “Dieng” ini didesain agar memiliki karakter yang menggambarkan tradisi, kemegahan, dan suasana pedesaan. Jenis *Font* ini mencerminkan tradisi lokal daerah dataran tinggi Dieng yang masih terjaga dan dilestarikan sampai saat ini.

Pengaplikasian jenis *Font* “Dieng” ini di letakkan pada bagian bawah gambar logo dengan pengaturan rata tengah dari gambar logo.



Gb 3. Logo

### 3. Ukuran Logo

#### a. Grid dan Proporsi

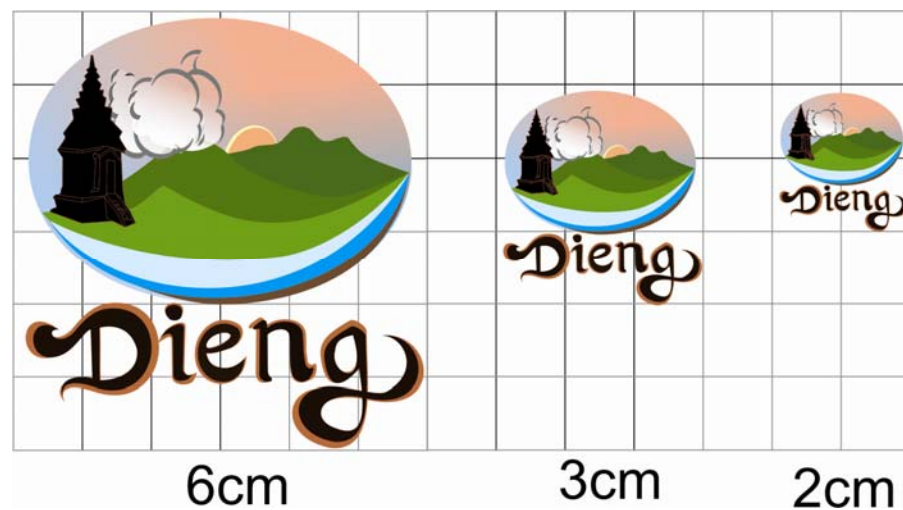
Untuk menentukan dimensi, bentuk, proporsi dan skala adalah dengan menggunakan acuan grid. Pada logo wisata kawasan dataran tinggi Dieng ini ditetapkan dengan ukuran 1x1 (perbandingan grid 6x6), yang sudah diatur sebagai berikut:



Gb 4. Bentuk grid logo utama

b. Pengecilan minimum

Sebuah logo agar bisa terlihat dan terbaca dengan jelas, maka perlu pembatasan ukuran, pada logo wisata kawasan dataran tinggi Dieng ini pengecilan untuk ukuran minimum ditetapkan 2 cm, dan untuk ukuran maksimum disesuaikan dengan media yang akan digunakan.



Gb 5. Perbandingan ukuran logo minimum

#### 4. Logo Pendukung Wisata

Logo ini merupakan logo dari kegiatan pendukung/penopang kegiatan pariwisata di kawasan dataran tinggi Dieng. Pendukung pariwisata yang perlu untuk diberikan citra/*image* tersendiri adalah Dieng travel dan wisata agro Dieng. Logo pendukung wisata ini dibuat berbeda dengan logo utama namun tetap terkait.

a. Logo Dieng travel

Logo Dieng Travel ini mempunyai keterkaitan dengan logo utama pada *Font* kata “Dieng”. Bentuk gambar bulatan diambil dari matahari terbit/*sunrise*, sedangkan gambar gunung yang disederhanakan tetap diambil untuk mewakili wilayah kawasan dataran tinggi Dieng. Bentuk lainnya adalah mobil karikatural dengan wajah yang ceria, diharapkan mampu memberi kesan perjalanan menggunakan Dieng Travel sangat menyenangkan, yang termasuk dalam komitmen dari Dieng travel itu sendiri. Bentuk selanjutnya adalah gambar siluet manusia memakai caping, tongkat dan rangsel, ini menggambarkan petualang di desa yang masih alami. *Font* logo Dieng travel pada kata “Travel” ini menggunakan *Font Adobe Caslon Pro* dengan huruf “V” diubah dengan dipanjangkan pada bagian sisi kanan sehingga membentuk simbol yang sudah lazim mengartikan kata “benar” atau “aman”, dimaksudkan supaya mampu memberi kesan aman kepada pelanggan. Elemen warna pada logo Dieng Travel menggunakan empat unsur warna yaitu kuning pada gambar bulatan yang mengartikan matahari, sedangkan hijau pada gambar gunung dan hitam pada *Font* “Travel”, dengan “V” dan gambar mobil berwarna merah yang berarti kecepatan.



Gb 6.logo pendukung 1(Dieng Travel)

**b. Logo Agro Wisata Dieng**

Logo Agro wisata Dieng ini mempunyai keterkaitan dengan logo utama pada *Font* kata “Dieng”. Bentuk gambar bulatan diambil dari matahari terbit/*sunrise*, sedangkan gunung yang disederhanakan masih tetap diambil untuk mewakili wilayah kawasan dataran tinggi Dieng. Bentuk lainya adalah bentuk penyederhanan tanaman kobis, bentuk tanaman kobis yang disederhanakan dan diubah pada helai sebelah kiri sedikit dinaikan yang dimaksudkan seperti tangan melambai, yang diharapkan mampu memberi kesan ramah dan terbuka. *Font* pada logo Dieng Agro pada kata “AGRO” ini menggunakan *Font Lucida handwriting* dengan huruf “O” diubah menjadi seperti kentang, karena dikawasan dataran tinggi Dieng menjadi salah satu penghasil sayuran kentang. Pemakaian *Font Lucida handwriting* pada kata “AGRO” diharapkan mampu member kesan nuansa yang alami namun tetap tegas.



Gb 7. desain logo pendukung 2(Dieng Agro wisata)

## B. Perancangan Maskot



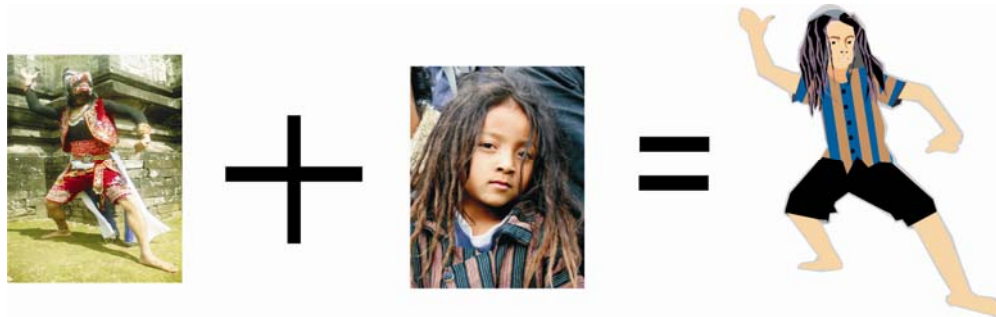
Gb 8. Maskot

Ada beberapa fungsi dan kegunaan dari maskot, diantaranya maskot berfungsi sebagai:

1. Sarana promosi yang efektif untuk pemasaran
2. Alat penarik perhatian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan
3. Kebanggaan suatu produk atau perusahaan
4. Pengingat bagi konsumen terhadap produk atau perusahaan pemilik maskot
5. Mendukung keberhasilan suatu produk.

Dalam perancangan desain media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng maskot diambil dari elemen bentuk penyederhanaan bocah gimbal/*gembel* yang terdapat di sekitar kawasan dataran tinggi Dieng yang

sudah melegenda dimasyarakat. Bentuk tubuh (*Gestur*) bocah gimbal/*gembel* tersebut diambil dari gerakan tari lengger/topeng yang menjadi tarian khas daerah kawasan dataran tinggi Dieng. Warna baju diambil dari warna baju orang Jawa yaitu sorjan.



Gb 9. Proses Perancangan Maskot

Unsur-unsur Visual pada maskot obyek kawasan dataran tinggi Dieng yaitu :

1. Warna, warna yang digunakan adalah warna-warna yang menarik perhatian dan tidak keluar dari logo kawasan dataran tinggi Dieng
2. Logo Produk, salah satu bagian logo ditampilkan pada bagian maskot yang diterapkan kedalam berbagai jenis media. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pengunjung dalam mengingat logo dataran tinggi Dieng, dalam hal ini bagian yang ditampilkan adalah pada tulisan “Dieng”.
3. Tipografi, menjadi elemen pendukung maskot. Terkadang ditampilkan sebagai pengingat nama maskot yang diletakkan pada bagian maskot. Tipografi yang ditampilkan disini adalah tipografi yang sama dengan yang digunakan pada logo utama.





Gb 10. Penerapan Maskot

### C. Perancangan Media Promosi

#### 1. Media Utama (*Billboard*)

Pada media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng memilih *Billboard* sebagai media utama, karena *Billboard* merupakan bentuk media periklanan yang jelas dan mudah dilihat oleh semua orang dari pada mengedarkan selebaran kepada setiap orang. Sehingga bagi pengelola dapat menghemat waktu dan biaya operasional tanpa harus menyewa pegawai untuk menyebarkan selebaran.

Berikut ini adalah alasan mengapa memilih *billboard* sebagai media utama:

- a. Mudah dilihat oleh semua orang karena ukurannya yang besar dan penempatan posisi yang strategis, yaitu dipinggir jalan.
- b. Jelas isi materi yang akan disampaikan tanpa harus menerangkan terlalu banyak.
- c. Waktu baca singkat sehingga membuat orang menjadi penasaran untuk datang ke obyek tersebut.
- d. Waktu edar promosi lama dibandingkan media promosi yang lain.

Dengan poin-point kelebihan *Billboard* tersebut maka sangat sesuai dengan target yang telah direncanakan untuk menciptakan citra/*image* tersendiri dan diharapkan mampu meningkatkan tujuan wisata ke kawasan dataran tinggi Dieng.

#### **Desain *Billboard* I**

1. Nama media : *Out door*
2. Medium : *Billboard*
3. Ukuran : 300x 500 cm
4. Format : *potrait*
5. Bahan : Cetak *Vinyl*
6. Verbal
  - a. Judul : “*Welcome to Dieng Plateau*”
  - b. *Body Copy* : “*The Wonderful Beauty of Nature*”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
2) Maskot Wisata kawasan dataran tinggi Dieng

3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo

4) Logo propinsi Jawa Tengah

5) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng.

d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, *Central Java*.

## 7. Visualisasi

a. Ilustrasi : Menampilkan keindahan obyek pegunungan kawasan dataran tinggi Dieng secara luas.

b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian bawah *Billboard* terdapat maskot dan informasi wilayah serta logo instansi terkait, dibagian samping kiri terdapat foto beberapa keunggulan dari kawasan dataran tinggi Dieng. Bagian atas terdapat judul dan *body copy*.

c. Jenis huruf : Jenis huruf *Freestyle script* dan *Arial*

d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau gelap.

### *Rough Layout Alternatif*

#### *Desain Billboard I*

Alternatif 1

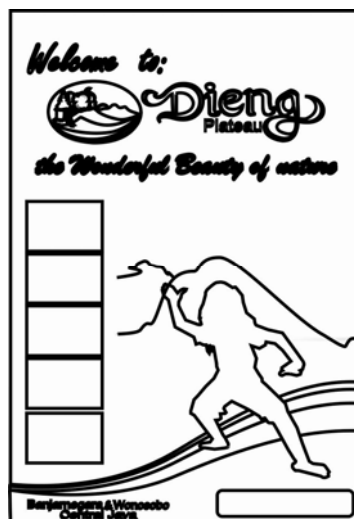
Alternatif 2



Gb 11. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain *Billboard 1*

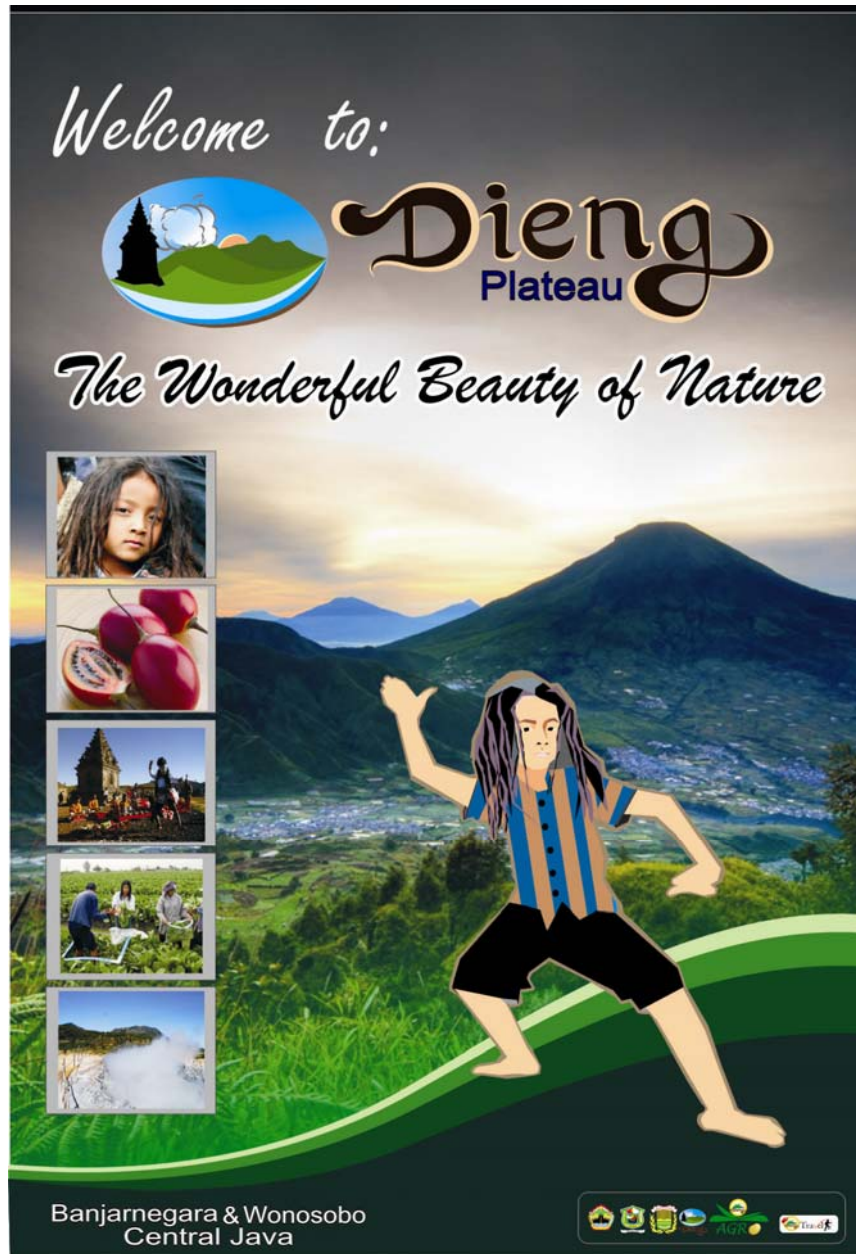
### *Rough Layout Terpilih*

#### *Desain Billboard I*



Gb 12. Sketsa alternatif 2 desain *Billboard 1*

**Desain Billboard 1**



Gb 13. Desain *Billboard* 1

## **Desain *Billboard* II**

1. Nama media : *Out door*
2. Medium : *Billboard*
3. Ukuran : 300x500 cm
4. Format : *potrait*
5. Bahan : Cetak *vinyl*
6. Verbal
  - a. Judul : “Selamat Datang di Dieng dataran tinggi”
  - b. *Body Copy* : “Pesona alam penuh keajaiban”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 3) Logo propinsi Jawa Tengah  
 4) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan keindahan obyek pegunungan kawasan dataran tinggi Dieng secara luas.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian bawah *Billboard* terdapat siluet para petani Dieng, informasi wilayah dan logo instansi terkait, dibagian samping kiri terdapat foto beberapa keunggulan dari kawasan dataran tinggi Dieng. Bagian atas terdapat judul dan *Body Copy*.
  - c. Jenis huruf : Jenis huruf *Vladmir script* dan *Arial*.

d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau.

### *Rough Layout Alternatif*

#### **Desain Billboard II**

##### **Alternatif 1**



##### **Alteratif 2**



Gb 14. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain *Billboard 2*

### *Rough Layout Terpilih*

#### **Desain Billboard II**



Gb 15. Sketsa alternatif 1 desain *Billboard 2*

## Desain Billboard II



Gb 16. Desain Billboard 2



### Desain *Billboard* III

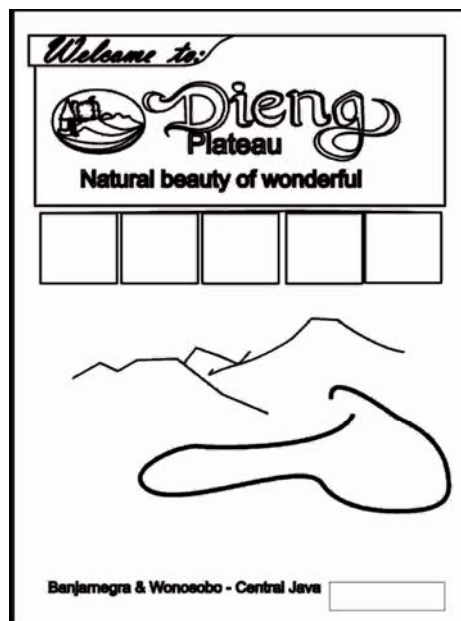
1. Nama media : *Out door*
2. Medium : *Billboard*
3. Ukuran : 300 x 500 cm
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : Cetak *vinyl*
6. Verbal
  - a. Judul : “*Welcome to Dieng Plateau*”
  - b. *Body Copy* : “*The Wonderful Beauty of Nature*”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 3) Logo propinsi Jawa Tengah  
 4) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng.
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, *Central Java*.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan keindahan objek wisata telaga warna.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian bawah terdapat foto berukuran besar yang menampilkan keunggulan wisata telaga warna, logo identitas, alamat, seta *body copy*, sedangkan pada bagian atas terdapat judul.
  - c. Jenis huruf : Jenis huruf *Freestyle script* dan *Arial*

d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna biru sebagai *background* dan dipadu dengan warna hijau pada bagian telaga.

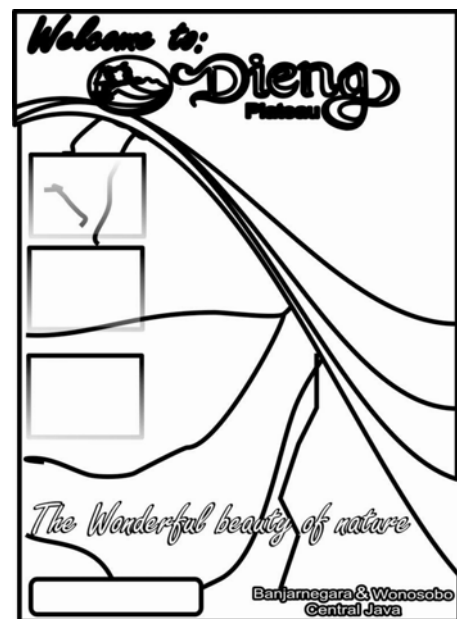
### ***Rough Layout Alternatif***

#### **Desain *Billboard* III**

**Alternatif 1**



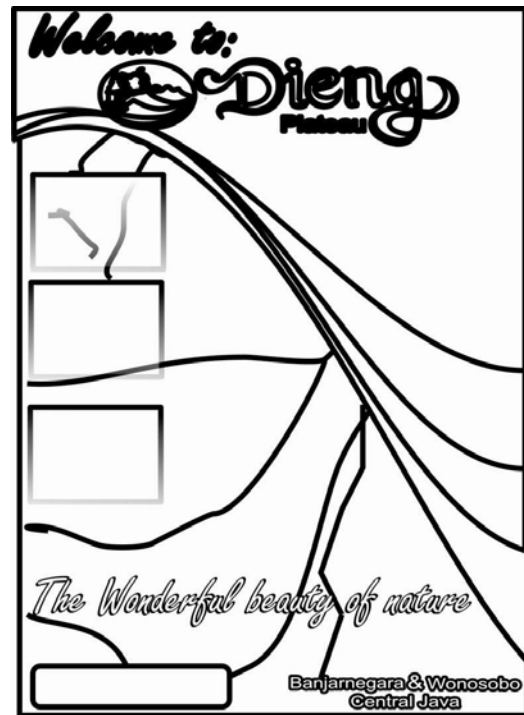
**Alternatif 2**



Gb 17. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain *Billboard* 3

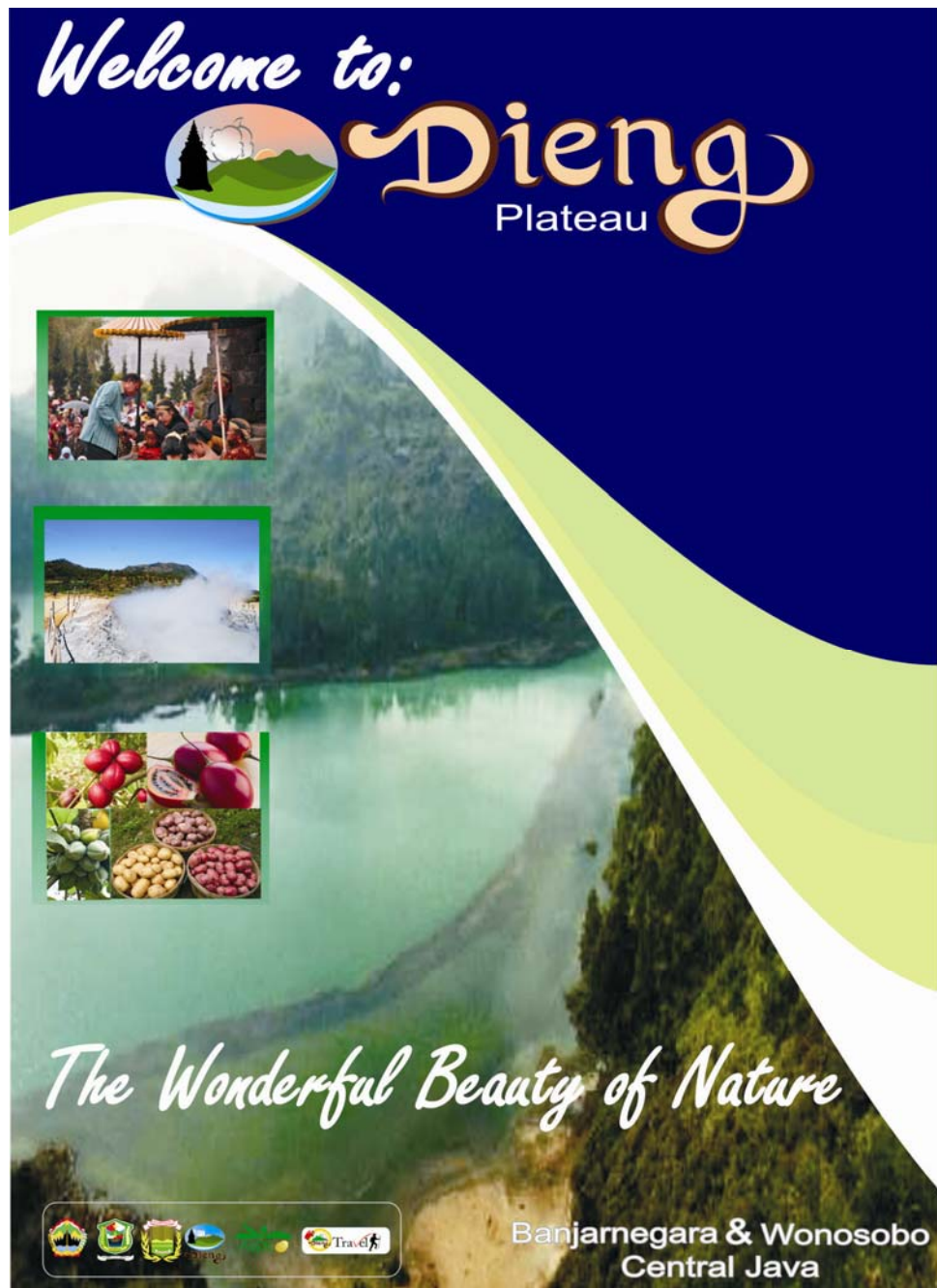
*Rough Layout Terpilih*

*Desain Billboard III*



Gb 18. Sketsa alternatif 2 desain *Billboard 3*

**Desain Billboard III**



Gb 19. Desain Billboard 3

### **Desain *Billboard* IV**

7. Nama media : *Out door*
8. Medium : *Billboard*
9. Ukuran : 300 x 500 cm
10. Format : *Landscape*
11. Bahan : Cetak *vinyl*
12. Verbal
  - a. Judul : “Selamat Datang di Dieng Dataran Tinggi”.
  - b. *Body Copy* : “Pesona alam penuh keajaiban”.
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 3) Logo propinsi Jawa Tengah  
 4) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng.
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan objek besar seorang penari yang sedang memperagakan gerakan tari, dan beberapa foto tentang keunggulan kawasan wisata dataran tinggi Dieng.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian tengah menampilkan satu objek besar seorang penari yang sedang memperagakan gerakan tari. Bagian sebelah kanan terdapat foto yang menampilkan keunggulan wisata dataran tinggi Dieng.

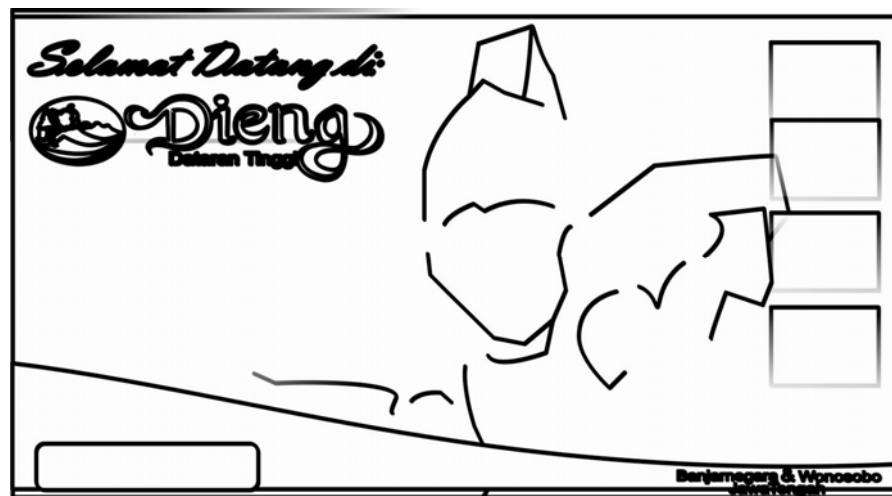
Pada bagian sebelah kiri terdapat judul, pada bagian bawah terdapat deretan logo identitas dan alamat..

- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Vladmir script* dan *Arial*
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna biru.

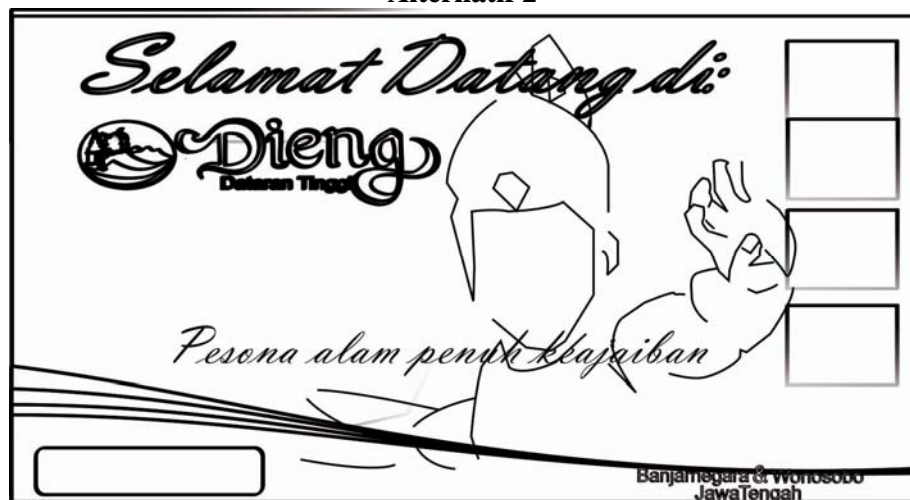
### *Rough Layout Alternatif*

#### *Desain Billboard IV*

##### *Alternatif 1*



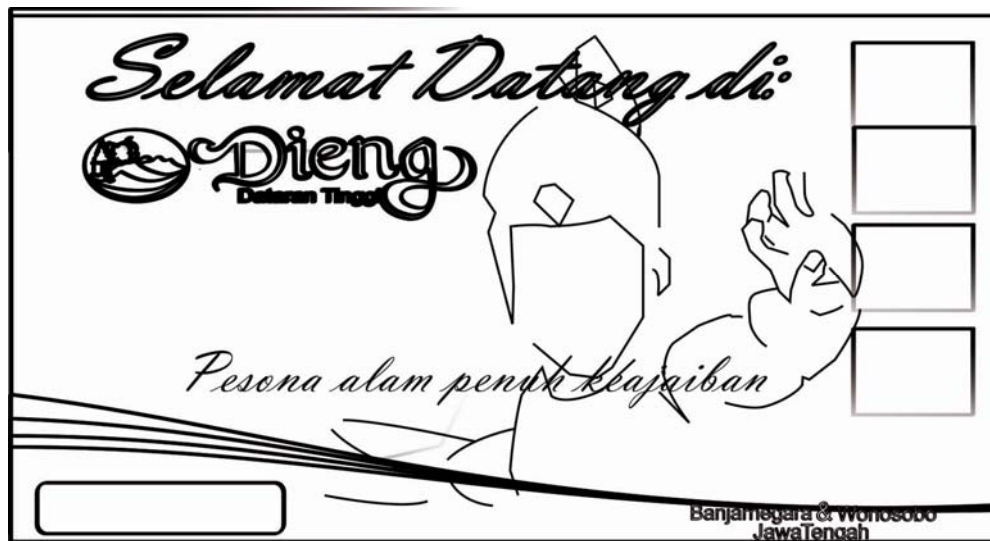
##### *Alternatif 2*



Gb 20. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain *Billboard 3*

*Rough Layout Terpilih*

**Desain Billboard IV**



Gb 21. Sketsa alternatif 2 desain Billboard 4

**Desain Billboard IV**



Gb 22. Desain Billboard 4

### **Desain *Billboard* V**

13. Nama media : *Out door*
14. Medium : *Billboard*
15. Ukuran : 300 x 500 cm
16. Format : *Portrait*
17. Bahan : Cetak *vinyl*
18. Verbal
  - a. Judul : “Selamat datang di Dieng dataran tinggi”
  - b. *Body Copy* : “Pesona alam penuh keajaiban”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
2) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
3) Logo propinsi Jawa Tengah  
4) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng.
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan objek foto seorang penari, dan wilayah pegunungan dataran tinggi Dieng
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian samping kanan menampilkan foto-foto keunggulan kawasan wisata dataran tinggi Dieng. Pada bagian atas terdapat judul dan *body copy*, sedangkan logo identitas dan alamat terletak pada bagian bawah.
  - c. Jenis huruf : Jenis huruf *Vladmir script* dan *Arial*

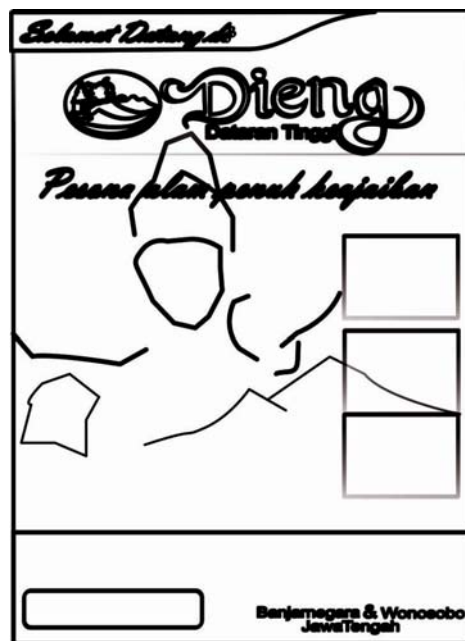


d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna biru .

### *Rough Layout Alternatif*

#### *Desain Billboard V*

Alternatif 1



Alternatif 2



Gb 23. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain *Billboard 5*

*Rough Layout Terpilih*

Desain *Billboard V*



Gb 24. Sketsa alternatif 2 desain *Billboard 5*

Desain *Billboard* VGb 25. Desain *Billboard* 3

## 2. Media Penunjang

### a. Desain Poster

Media poster dipilih sebagai media penunjang iklan pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng, karena:

- 1) Mudah diaplikasikan di berbagai lokasi karena sifatnya yang bisa ditempel ditembok dan ditempat lain.
- 2) Dapat dilihat berkali-kali.
- 3) Menjangkau sasaran promosi lebih luas hingga ke tempat-tempat yang susah dijangkau dengan media lain.
- 4) Cepat mendapatkan respon karena media promosi poster sudah sangat akrab dengan masyarakat.

### Desain Poster 1

1. Nama media : *Out door*
2. Medium : Poster
3. Ukuran : A3
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : Kertas *ivory* 80 gr
6. Verbal
  - a. Judul : *“Welcome to Dieng Plateau”*
  - b. *Body Copy* : *“The Wonderful Beauty of Nature ”*
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
2) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng  
3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo

4) Logo propinsi Jawa Tengah.

d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo. *Central Java*.

7. Visualisasi

a. Ilustrasi : Menampilkan keindahan kawasan dataran tinggi Dieng secara luas.

b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian bawah terdapat siluet petani Dieng untuk memberi tempat penulisan alamat dan menempatkan logo identitas. Bagian atas terdapat judul dan *Body Copy*.

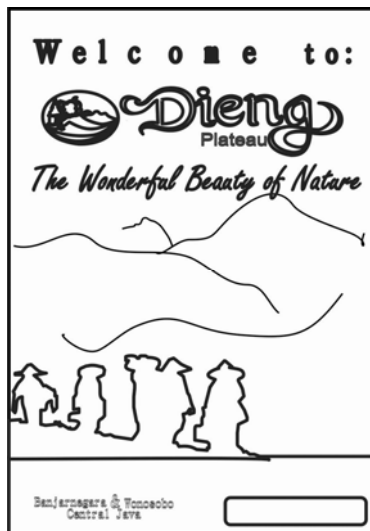
c. Jenis huruf : Jenis huruf *Freestyle script* dan *Arial*.

d. Warna : Warna didominasi warna hijau gelap.

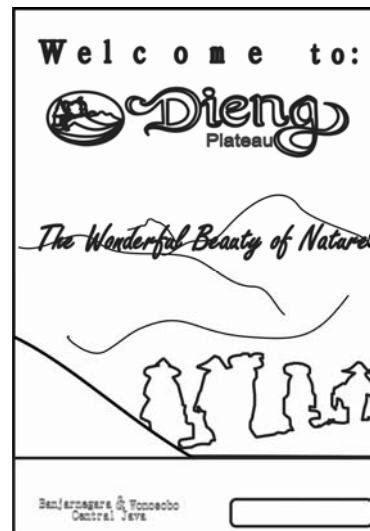
### *Rough Layout Alternatif*

#### Desain Poster 1

##### Alternatif 1



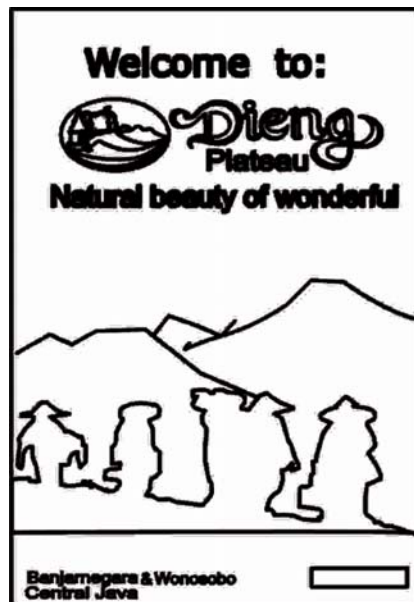
##### Alternatif 2



Gb 26. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain poster 1

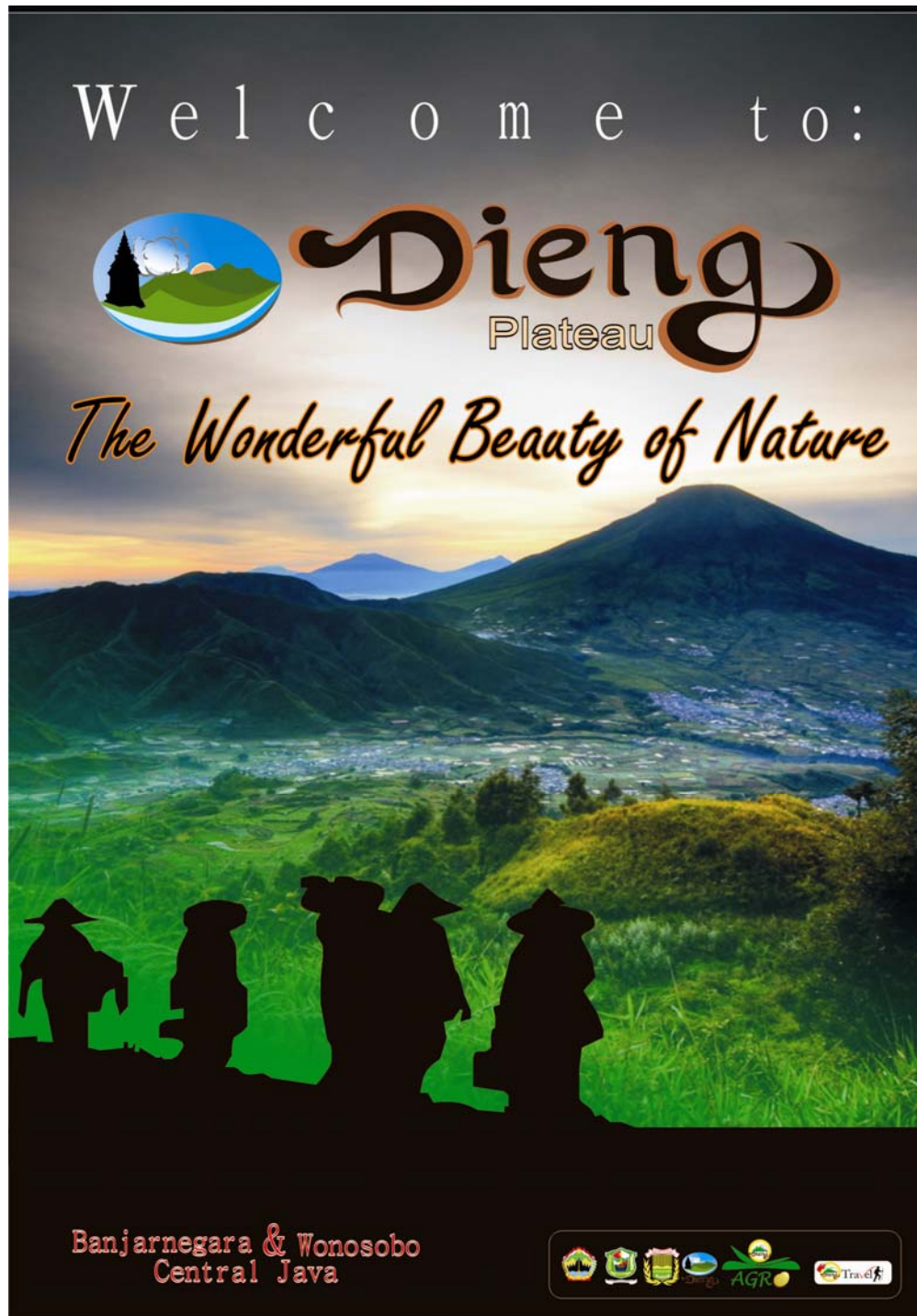
### *Rough Layout Terpilih*

#### Desain Poster I



Gb 27. Sketsa alternatif 1 desain poster 1

## Desain Poster 1



Gb 28. Desain poster 1

## Desain Poster II

1. Nama media : *Out door*
2. Medium : Poster
3. Ukuran : A3
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : kertas *ivory* 80 gr
6. Verbal
  - a. Judul : “Selamat datang di Dieng dataran tinggi”
  - b. *Body Copy* : “Pesona alam penuh keajaiban”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng  
 3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 4) Logo propinsi Jawa Tengah  
 5) Gambar maskot wisata dataran tinggi Dieng
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan penari lengger/topeng dan keindahan objek wisata telaga warna
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* secara luas menampilkan 2 objek foto berukuran besar dan maskot serta pada bagian atas terdapat judul dan *body copy* dengan *background* warna hiaju.
  - c. Jenis huruf : Jenis huruf *Freestyle script* dan *Arial*



d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau dan biru.

### *Rough Layout Alternatif*

#### Desain Poster II

Alternatif 1



Alternatif 2



Gb 29. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain poster 2

### *Rough Layout Terpilih*

#### Desain Poster II



Gb 30. Sketsa alternatif 1 desain poster 2

## Desain Poster II



Gb 31. Desain poster 2

### Desain Poster III

1. Nama media : *Out door*
2. Medium : Poster
3. Ukuran : A3
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : kertas *ivory* 80 gr
6. Verbal
  - a. Judul : “Selamat datang di Dieng dataran tinggi”
  - b. *Body Copy* : “pesona alam penuh keajaiban”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
2) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng  
3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
4) Logo propinsi Jawa Tengah
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan penari lengger/topeng dan keindahan objek pegunungan kawasan dataran tinggi Dieng secara luas, dan menampilkan foto-foto keunggulan kawasan dataran tinggi Dieng.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* terdapat dua objek foto besar di bagian tengah dan deretan objek foto berukuran kecil di bagian sebelah kanan secara horisontal , sedangkan judul dan

*body copy* terletak pada bagian atas, untuk logo identitas dan alamat terletak dibagian bawah.

- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Vladmir script* dan *Arial*
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna biru.

### ***Rough Layout Alternatif***

#### **Desain Poster III**

##### **Alternatif 1**



##### **Alternatif 2**



Gb 32. Sketsa alternatif desain poster 3

***Rough Layout Terpilih***  
**Desain Poster II**



Gb 33. Sketsa alternatif 2 desain poster 3

## Desain Poster III



Gb 34. Desain poster 3

### **b. Leaflet**

Alasan utama media *Leaflet* pada iklan pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng ini diperlukan untuk memberikan informasi seputar wisata kawasan dataran tinggi Dieng secara detail, dikarenakan banyaknya informasi yang perlu disampaikan kepada masyarakat mengenai objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng secara menyeluruh yang susah terjangkau dengan media lain. Berikut ini adalah alasan lain memilih *leaflet* dalam media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng;

- 1) Waktu baca yang lebih lama.
- 2) Dapat dibawa kemana-mana karena bentuknya berupa kertas yang di lipat.
- 3) Dapat pula dijadikan sebuah dokumentasi perjalanan wisata.
- 4) Biaya cetak lebih murah daripada media yang lain.

### **Desain Leaflet I**

1. Nama media : *In door*
2. Medium : *Leaflet* ( selebaran )
3. Ukuran :  $\frac{1}{2}$  A3
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : Kertas *ivory* 80 gr
6. Verbal
  - a. Judul : “Dieng dataran ringgi”

b. *Body Copy* : “destinasi pariwisata anda dengan objek terlengkap dan beragam”

c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
2) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
3) Logo propinsi Jawa Tengah  
4) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng

d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.

## 7. Visualisasi

a. Ilustrasi : *Leaflet* ini menggambarkan tentang kelengkapan objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng yang begitu beragam dan menyenangkan, dan juga kemudahan dan kenyamanan perjalanan dengan Dieng Travel. Dengan *background* yang menampilkan foto Dieng secara keseluruhan, pada bagian depan. Bagian belakang menampilkan ilustrasi foto kompleks candi Dieng.

b. *Layout* : Bagian muka *leaflet* menampilkan *cover* depan dan *cover* belakang. *Cover* depan berisi tentang gambar yang menginformasikan tentang kelengkapan objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng yang begitu beragam, sedangkan bagian *cover* belakang berisi tentang informasi Dieng Travel mulai dari pelayanan serta paket wisata yang begitu mudah dan nyaman melakukan perjalanan dengan Dieng Travel. Bagian isi *leaflet* berisi

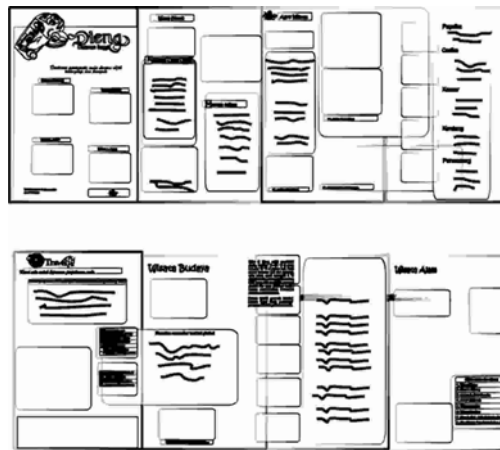


penjelasan dari berbagai objek yang sudah tertera di *cover* depan.

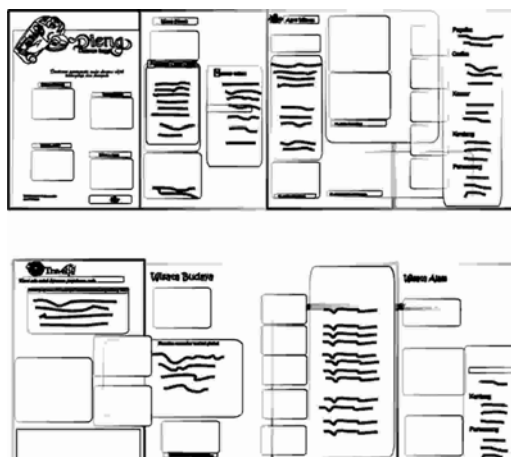
- c. Jenis huruf : Jenis huruf *Freestyle script*, *Maindra GD* dan *Arial*
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna biru dan hijau.

### ***Rough Layout Alternatif*** **Desain Leaflet I**

#### **Alaternatif 1**



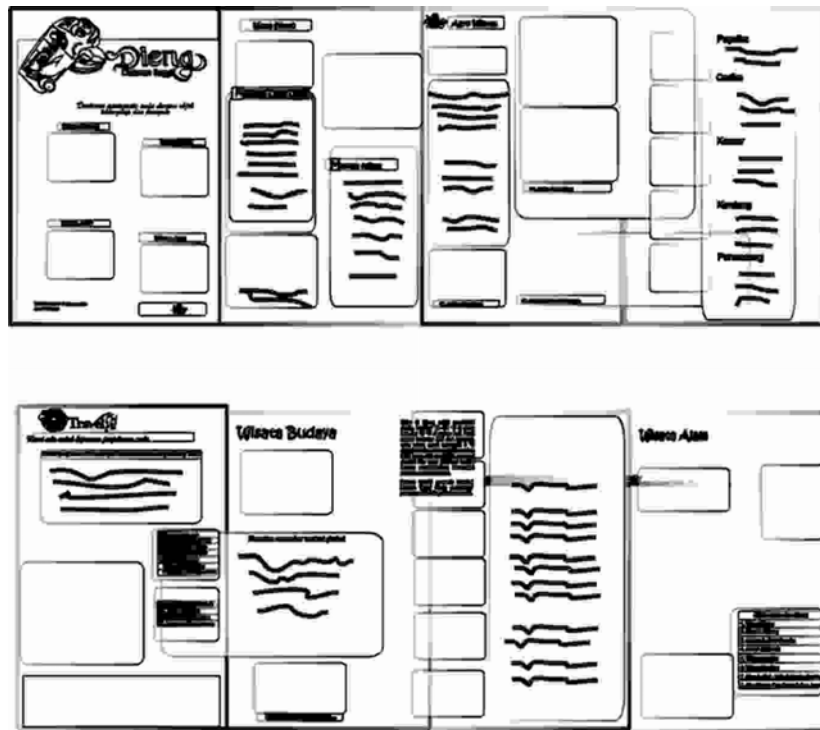
#### **Alternatif 2**



Gb 35. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain leaflet .

## Rough Layout Terpilih

### Desain Leaflet I



Gb 36. Sketsa alternatif 1 desain *leaflet* 1

## Desain Leaflet I



Gb 37.. Desain leaflet 1

### c. X-Banner

Media *Banner* ini tidak ditempel di dinding melainkan dipasang pada dudukannya/*tripot* sehingga mudah dipindah-pindah. *Banner* umumnya di pasang di ruang pelayanan umum sehingga mudah dibaca dan dilihat orang. Pada media promosi ini penggunaan *banner* di tempatkan di dekat jalan masuk atau disamping meja petugas Dieng Travel.

Alasan pemilihan media *x-banner* dalam media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng adalah sebagai berikut:

- 1) Mudah dibaca dan dilihat orang karena ukurannya yang cukup besar.
- 2) Dapat dipindah-pindah atau digeser sesuai yang diinginkan.
- 3) Lebih efektif dalam mempromosikan karena dapat diletakkan di depan pintu masuk atau disamping dekat dengan meja petugas karena banyaknya

pengunjung yang berlalu lalang dan mengantre di ruang pemasaran Dieng Travel.

4) Cepat mendapat respon dari pengunjung yang datang.

### **Desain X-Banner I**

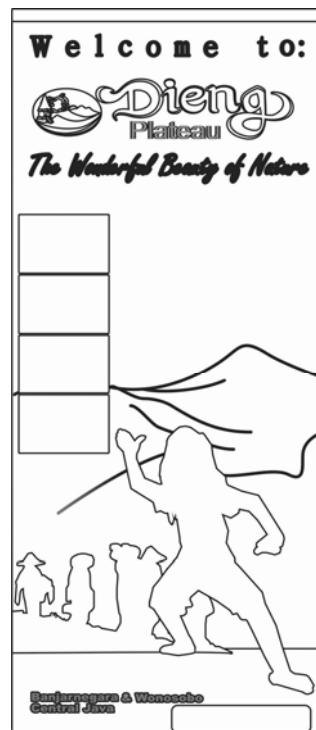
1. Nama media : *In door*
2. Medium : *Banner*
3. Ukuran : 60 x 160 cm
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : kanvas *print out door*
6. Verbal
  - a. Judul : “Welcome to Dieng *Vinyeu*”
  - b. *Body Copy* : “*The Wonderful Beauty of Nature*”.
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) Maskot kawasan dataran tinggi Dieng  
 3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 4) Logo propinsi Jawa Tengah  
 5) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, *Central Java*.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Secara keseluruhan menampilkan keindahan wilayah kawasan dataran tinggi Dieng secara luas dengan berbagai keunggulanya, ditampilkan dalam bentuk deretan foto vertikal disebelah samping kiri.

- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada *x-banner* bagian atas terdapat judul dan sub judul kemudian kebawah terdapat susunan foto dan maskot. Pada bagian kiri bawah terdapat logo Wisata kawasan dataran tinggi Dieng dan di samping kanan logo terdapat alamat.
- c. Jenis huruf : *BatangChe*, *Freestyle script* dan *Arial*.
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna hijau dan biru.

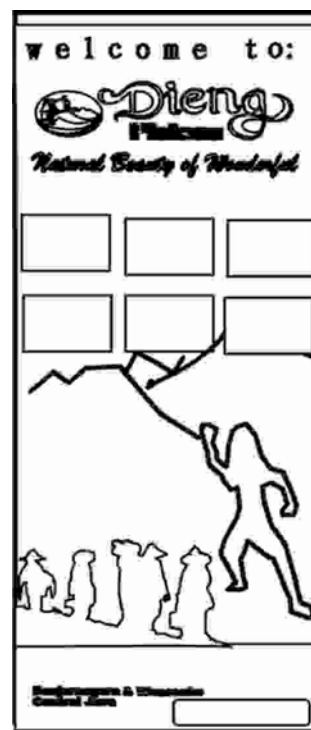
### ***Rough Layout Alternatif***

#### **Desain X-Banner I**

**Alternatif 1**



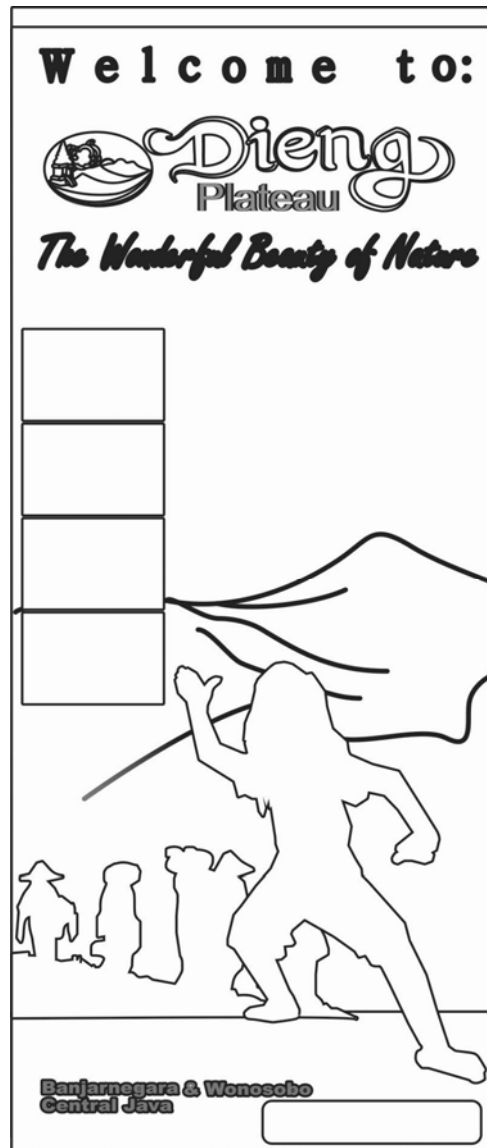
**alternatif 2**



Gb 38. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain *x-banner* 1

*Rough Layout Terpilih*

**Desain X-Banner I**



Gb 39. Sketsa alternatif 1 desain *x-banner* 1

### Desain X-Banner I



Gb 40. Desain x-banner 1

### **Desain X-Banner II**

1. Nama media : *In door*
2. Medium : *Banner*
3. Ukuran : 60 x 160 cm
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : kanvas *print out door*
6. Verbal
  - a. Judul : “Dieng Travel”
  - b. *Body Copy* : “Kami ada untuk kepuasan perjalanan wisata anda”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 3) Logo propinsi Jawa Tengah  
 4) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng.
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan fasilitas dari Dieng Travel dan paket perjalanan yang tersedia.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada *x-banner* bagian atas terdapat judul yang menjadi satu dengan Logo Dieng Travel dan *body copy*. Bagian tengah terdapat foto utama berupa fasilitas *homestay*. Bagian bawah berisi foto berbagai jenis pariwisata yang ada di wilayah kawasan dataran tinggi Dieng

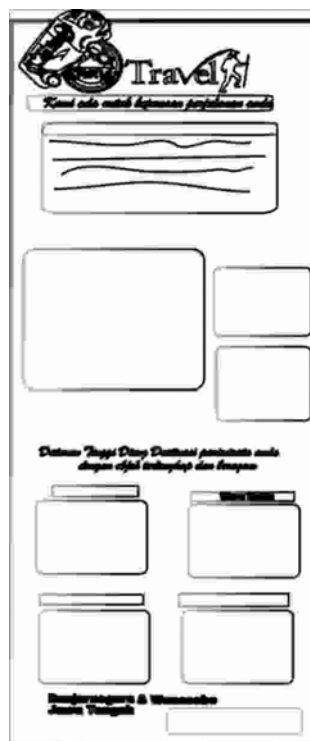


- c. Jenis huruf : *Freestyle script, kristen ITC dan Arial.*
- d. Warna : *Full colour* dengan dominasi warna biru.

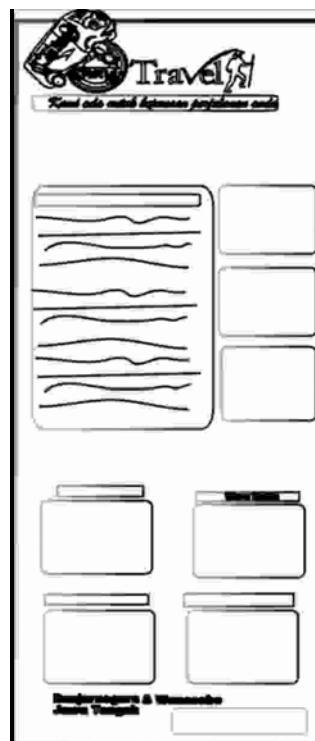
### ***Rough Layout Alternatif***

#### **Desain X-Banner II**

**Alternatif 1**



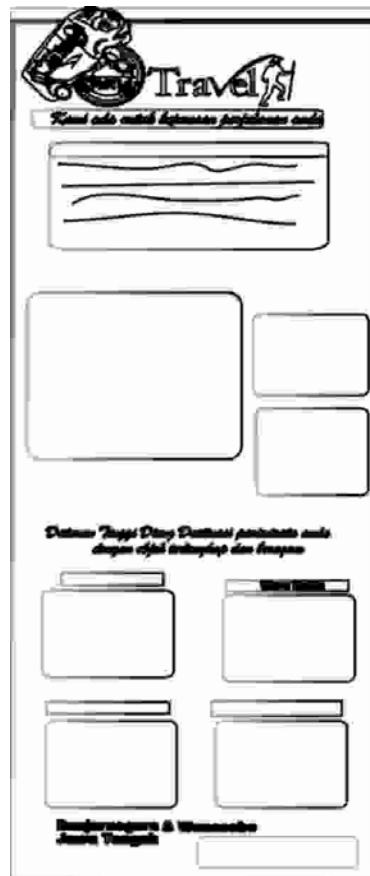
**alternatif 2**



Gb 41. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain x-banner 2


## *Rough Layout Terpilih*

### **Desain X-Banner II**



Gb 42. Sketsa alternatif 1 desain *x-banner* 2

## Desain *X-Banner* II




# Dieng Travel

Kami ada untuk kepuasan perjalanan anda

**Nikmati perjalanan wisata yang tak terlupakan anda dengan Dieng Travel**

Kami Dieng Travel menyediakan paket perjalanan wisata anda dengan destinasi wisata di kawasan dataran tinggi Dieng. Nikmati pelayanan prima kami mulai dari pelayanan yang ramah, kendaraan yang nyaman dan tempat duduk yang luas, penginapan yang nyaman, dan tour guide yang berpengalaman yang akan semakin membuat pengalaman perjalanan wisata anda tak terlupakan.



## home stay

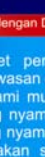
**Pilih Paket wisata anda**

1. Paket wisata sehari di Dieng
2. Paket Tour 2 hari 1 malam
3. Paket Tour 3 hari 2 malam
4. Paket wisata jemput :  
Solo, Jogja & Semarang  
Purwokerto, Bandung & Jakarta

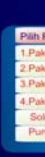
**Segera hubungi kami di:**  
 CP. (274) 1236668  
 Email, Diengtravel@gmail.com  
 FB. Dieng.travel@facebook.com

## Dataran Tinggi Dieng Destinasi pariwisata anda dengan objek terlengkap dan beragam


Wisata Sejarah



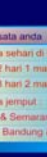
Wisata Budaya




Wisata Agro



Wisata Alam



Banjarnegara & Wonosobo  
Jawa Tengah



Gb 43. Desain *x-banner* 2

#### d. Iklan Majalah

Dalama media promosi iklan pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng menggunakan media majalah ditujukan untuk menjangkau masyarakat kalangan berpendidikan yang gemar berlangganan dan membaca majalah, sehingga diharapkan langsung mengena kepada *audience* tertentu. Melalui majalah segala sesuatu tentang periklanan sering dimanfaatkan oleh pengguna jasa untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini menjadikan media majalah dianggap lebih efektif dari media lain untuk target *audience* tertentu, karena majalah merupakan salah satu media komunikasi yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat berpendidikan menengah keatas. Alasan penggunaan desain iklan majalah pada media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng adalah cepat mendapat respon dari masyarakat, karena majalah dapat dibaca setiap waktu meskipun sudah habis masa cetak.

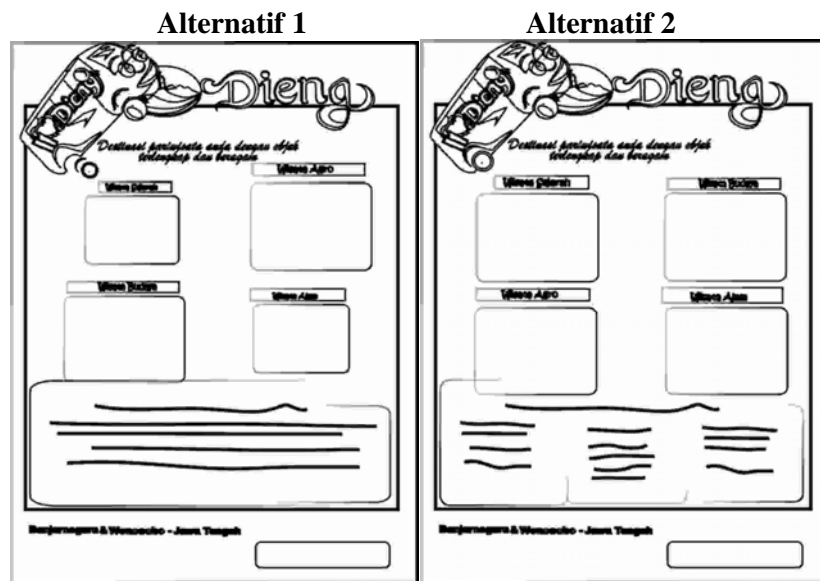
Iklan majalah menggunakan bahan kertas kualitas baik sehingga dalam penerapannya dapat digunakan desain yang *full colour* dan *glossy*. Dalam media promosi ini, penerapan desain iklan majalah ditempatkan pada majalah yang ber edisi 1 bulanan sekali dalam jangka waktu 5 bulan atau 5 kali edisi.

#### Desain Iklan Majalah I

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Iklan Majalah
3. Ukuran : 1 halaman majalah A4
4. Format : *Portrait*

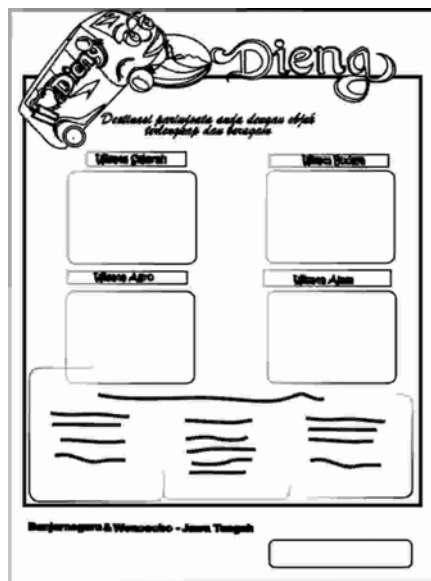
5. Bahan : Kertas *Inkjet paper glossy*
6. Verbal
  - a. Judul : “ Dieng Dataran Tinggi ”
  - b. *Body Copy* : “Destinasi pariwisata anda dengan objek terlengkap dan beragam”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
2) logo Dieng Travel dan Agro wisata Dieng  
3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
4) Logo propinsi Jawa Tengah
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan obyek Wisata kawasan dataran tinggi Dieng secara keseluruhan yang ditransparankan dengan warna biru sebagai *background* disertai keterangan secara umum wilayah kawasan dataran tinggi Dieng dan jenis pariwisata yang ada.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada Iklan Majalah ini di bagian atas terdapat judul sekalaigus logo dan *body copy* sedang dibagian tengah terdapat foto jenis pariwisata Dieng. Pada bagian bawah berisi penjelasan geografis dan keadaan tentang wilayah kawasan dataran tinggi Dieng.
  - c. Jenis huruf : *Freestyle script*, Keristen ITC, dan *Arial*.
  - d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna biru.

***Rough Layout Alternatif***  
**Desain Iklan Majalah I**



Gb 44. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain iklan majalah 1

***Rough Layout Terpilih***  
**Desain Iklan Majalah I**



Gb 45. Sketsa alternatif 2 desain iklan majalah 1

## Desain Iklan Majalah I



**Dieng**

*Destinasi pariwisata anda dengan objek terlengkap dan beragam*

**Wisata Sejarah**



**Wisata Budaya**



**Wisata Agro**



**Wisata Alam**



*Pesona Alam Penuh Keajaiban*

Dieng adalah wilayah vulkanik aktif dan dapat dikatakan merupakan gunung api raksasa. Kawah-kawah kepundan banyak dijumpai di sana. Ketinggian rata-rata adalah sekitar 2.000m di atas permukaan laut. Dataran Tinggi Dieng merupakan dataran tinggi yang tertinggi kedua di dunia setelah Tibet / Nepal, dan yang terluas di Pulau Jawa.

Suhu di Dieng sejuk mendekati dingin, berkisar 15—20 °C di siang hari dan 10 °C di malam hari. Pada musim kemarau (Juli dan Agustus), suhu udara dapat mencapai 0 °C dipagi hari dan memunculkan embun beku yang oleh penduduk setempat disebut bun upas ("embun racun") karena menyebabkan kerusakan pada tanaman pertanian.

Dengan kondisi geografis Dieng tersebut, sehingga dataran tinggi Dieng mempunyai pemandangan alam yang luar biasa indah dan juga tanaman yang tumbuh di dataran tinggi Dieng juga khas yang jarang dijumpai di daerah lain di Indonesia.

**Banjarnegara & Wonosobo - Jawa Tengah**



Gb 46. Desain iklan majalah 1

## Desain Iklan Majalah II

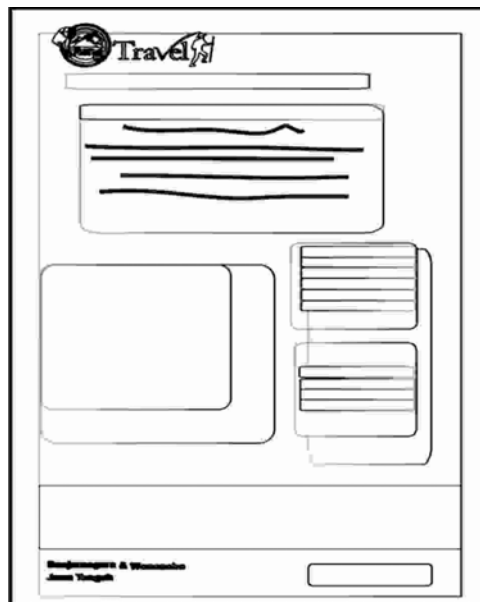
1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Iklan Majalah
3. Ukuran : 1halaman majalah A4
4. Format : *Portrait*
5. Bahan : Kertas *Inkjet paper glossy*
6. Verbal
  - c. Judul : “ Dieng Travel ”
  - d. *Body Copy* : “Kami ada untuk kepuasan perjalanan wisata anda”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) logo Dieng Travel dan Agro wisata Dieng  
 3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 4) Logo propinsi Jawa Tengah .
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : menampilkan fasilitas dan pelayanan serta paket wisata yang ada di Dieng Travel.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada iklan majalah ini pada bagian atas terdapat judul yang menjadi satu dengan Logo Dieng Travel. Bagian tengah terdapat foto utama berupa fasilitas *homestay*. Bagian bawah berisi foto berbagai jenis pariwisata yang ada di wilayah kawasan dataran tinggi Dieng



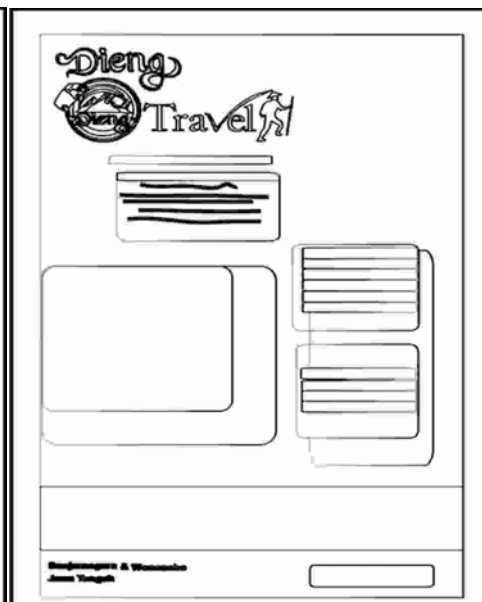
- c. Jenis huruf : *Freestyle script, Kristen ITC, dan Arial*
- d. Warna : *Full color* dengan dominasi *background* warna biru.

***Rough Layout Alternatif***  
**Desain Iklan Majalah II**

**Alternatif 1**



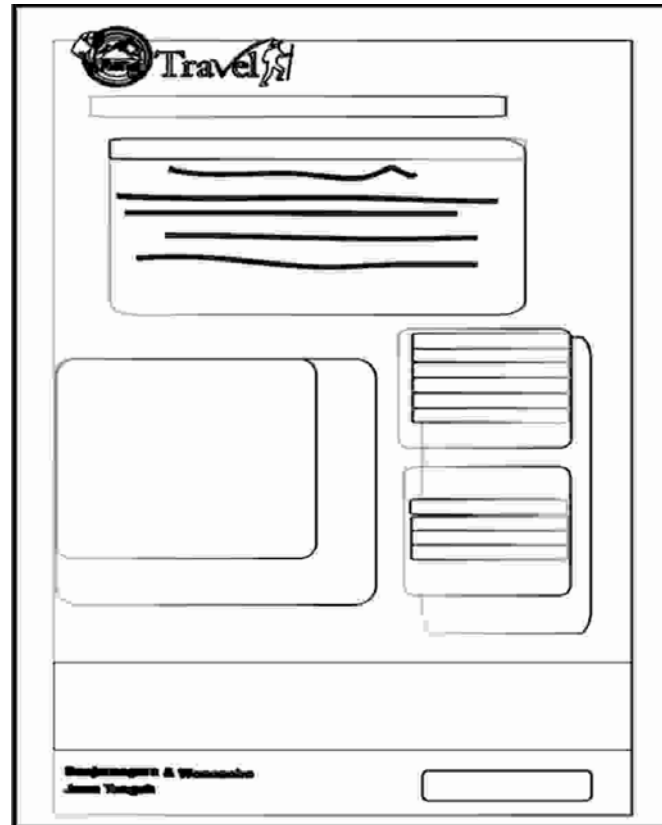
**Alternatif 2**



Gb 47. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain iklan majalah 2

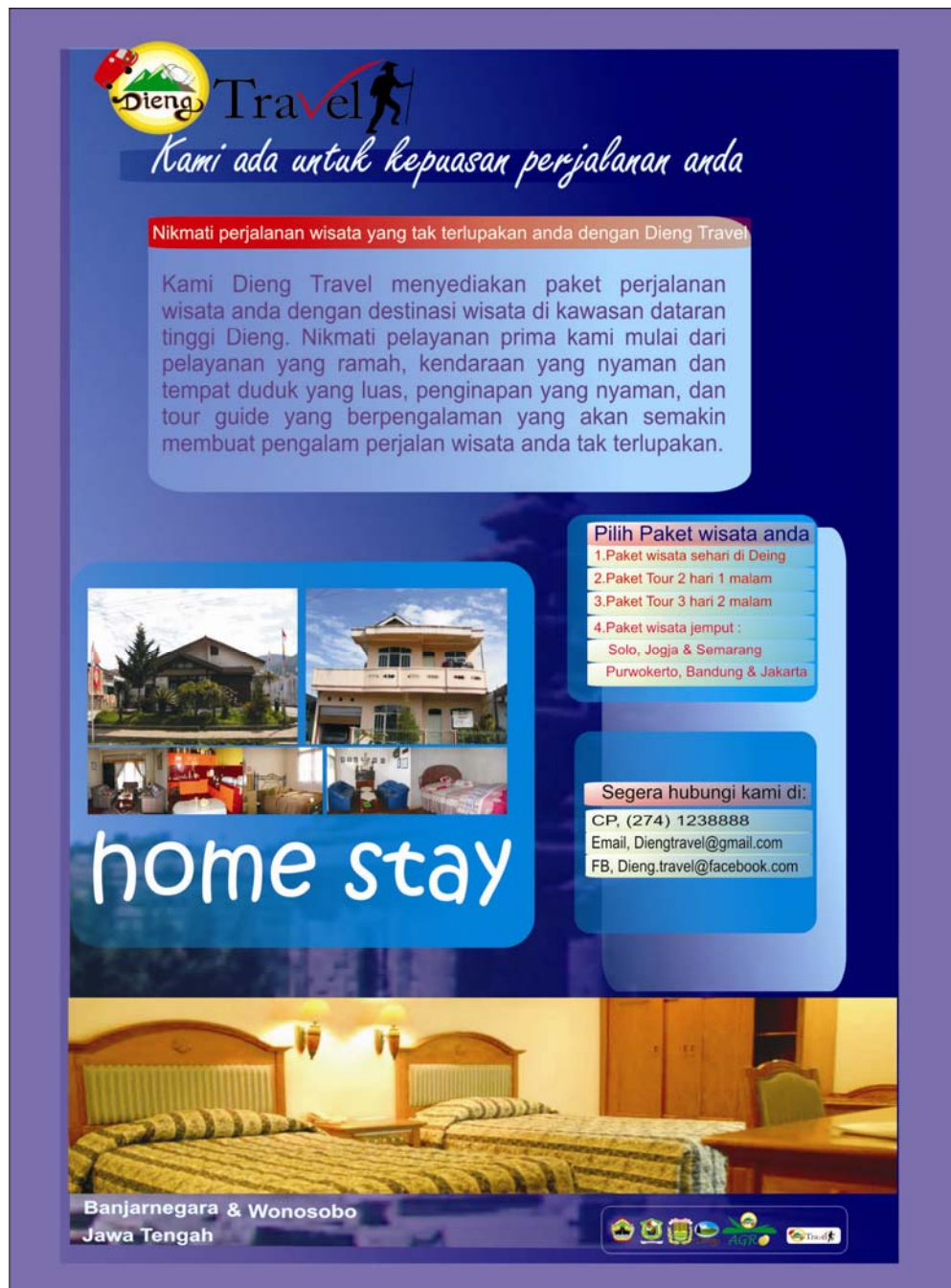
*Rough Layout* Terpilih

Desain Iklan Majalah II



Gb 48. Sketsa alternatif 2 desain iklan majalah 2

## Desain Iklan Majalah II



**Dieng Travel**

*Kami ada untuk kepuasan perjalanan anda*

Nikmati perjalanan wisata yang tak terlupakan anda dengan Dieng Travel

Kami Dieng Travel menyediakan paket perjalanan wisata anda dengan destinasi wisata di kawasan dataran tinggi Dieng. Nikmati pelayanan prima kami mulai dari pelayanan yang ramah, kendaraan yang nyaman dan tempat duduk yang luas, penginapan yang nyaman, dan tour guide yang berpengalaman yang akan semakin membuat pengalaman perjalanan wisata anda tak terlupakan.

**Pilih Paket wisata anda**

1. Paket wisata sehari di Dieng
2. Paket Tour 2 hari 1 malam
3. Paket Tour 3 hari 2 malam
4. Paket wisata jemput :  
Solo, Jogja & Semarang  
Purwokerto, Bandung & Jakarta

**home stay**

**Banjarnegara & Wonosobo  
Jawa Tengah**

**Segera hubungi kami di:**

CP, (274) 1238888  
Email, Diengtravel@gmail.com  
FB, Dieng.travel@facebook.com

Banjarnegara & Wonosobo  
Jawa Tengah

Gb 49. Desain iklan majalah 2

e. **Papan Nama**

Papan nama dalam objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng fungsi utamanya diperuntukan untuk informasi tataletak dimana lokasi wisata kawasan dataran tinggi Dieng berada, dan juga sekaligus berfungsi sebagai media promosi layaknya *Billboard*. Namun dalam proses pembiayaan tidak dikenai beban sewa tiang konstruksi seperti *Billboard* karena lahan masih milik pengelola.

**Desain Papan Nama**

1. Nama Media : *Out door*
2. Medium : Papan Nama
3. Ukuran : 500 x 300 cm
4. Format : *Landscape*
5. Kertas : cetak *vinyl*
6. Verbal
  - a. Judul : “Selamat Datang di Dieng dataran tinggi”
  - b. *Body Copy* : “Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah”
  - c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
 2) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
 3) Logo propinsi Jawa Tengah  
 4) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng
  - d. Alamat : Banjarnegara & Wonosobo, Jawa Tengah.

## 7. Visualisasi

- a. Ilustrasi : Menampilkan objek seorang penari yang sedang memperagakan gerakan tari, dan beberapa foto tentang keunggulan kawasan wisata dataran tinggi Dieng.
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada bagian tengah menampilkan satu objek besar seorang penari yang sedang memperagakan gerakan tari. Bagian sebelah kanan terdapat foto yang menampilkan keunggulan wisata dataran tinggi Dieng, Bagian sebelah kiri terdapat judul, sedangkan alamat terdapat di bagian bawah samping kanan.
- c. Jenis huruf : *Vladmir Script* dan *Arial*.
- d. Warna : *Full color* dengan dominasi *background* warna biru.

### *Rough Layout Alternatif*

#### Desain Papan Nama

##### Alternatif 1



##### Alternatif 2



Gb 50. Sketsa alternatif 1 dan 2 desain papan nama

### *Rough Layout Terpilih*

#### Desain Papan Nama



Gb 51. Sketsa alternatif 2 desain papan nama

#### Desain Papan Nama



Gb 52. Desain papan nama

## **f. Perlengkapan**

Perlengkapan dalam sebuah bidang usaha merupakan bagian utama sebagai penunjang kegiatan tersebut dilakukan. Perlengkapan tersebut dapat berupa alat-alat kantor, alat-alat penunjang usaha, dan masih banyak lagi. Agar sebuah usaha lebih mencirikan nama perusahaan atau obyek maka perlu di desain sesuai dengan logo, *brand name*, atau slogan dari perusahaan tersebut. Selain itu juga, media perlengkapan dapat dijadikan penguat sebuah media promosi utama.

Pada media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng media perlengkapan diperlukan karena pada obyek ini memerlukan penompang untuk lebih majunya pariwisata di daerah ini. Desain perlengkapan yang di aplikasikan pada media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng meliputi:

### 1) Desain iklan bus /bus panel pada Mobil Dieng Travel

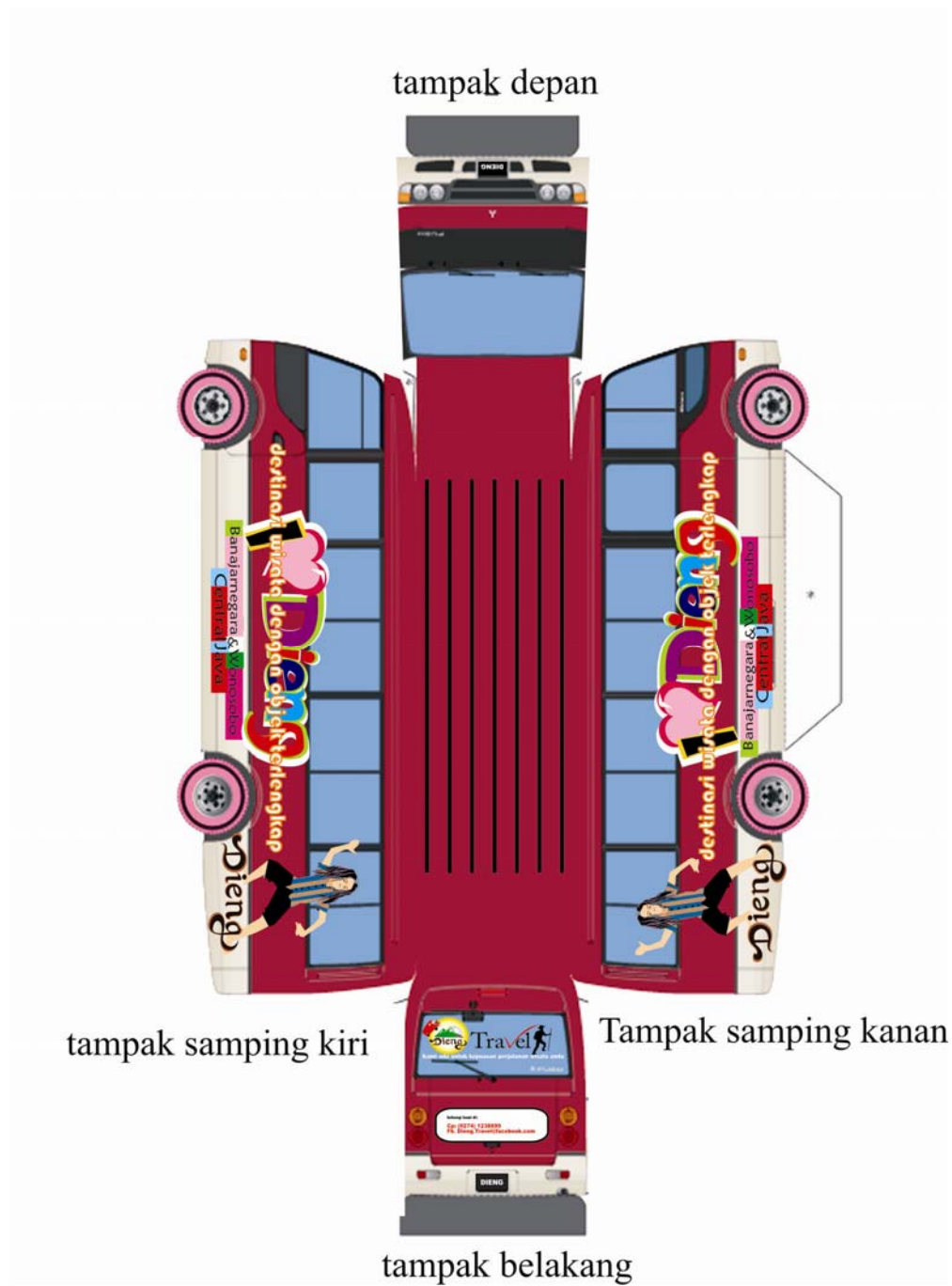
Akses dan kelengkapan fasilitas merupakan penunjang yang sangat vital dalam keberlangsungan objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng, untuk itu Ketersediaan transportasi yang layak, nyaman, dan aman merupakan hal yang sangat berpengaruh pada perkembangan wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Keberadaan Dieng travel dengan segala kelebihannya tentu sangat memudahkan bagi wisatawan untuk berkunjung ke kawasan dataran tinggi Dieng. Dieng travel selain berfungsi sebagai alat transportasi perjalanan wisata ke kawasan dataran tinggi Dieng juga



dapat difungsikan sebagai sebuah media promosi yang mencirikan suatu nama perusahaan atau lembaga.

Penggunaan mobil travel sebagai media promosi kawasan dataran tinggi Dieng diharapkan mampu membantu memperkenalkan nama objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng, sehingga mampu menaikkan jumlah pengunjung. Penambahan media promosi pada kendaraan travel ini meliputi iklan tentang objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng dan juga promosi tentang Dieng Travel itu sendiri. Pada bagian samping kendaraan (kiri dan kanan) terdapat promosi untuk wilayah Dieng, sedang dibagian belakang kendaraan untuk promosi Dieng Travel.

### Desain bus panel/iklan mobil pada Dieng Travel



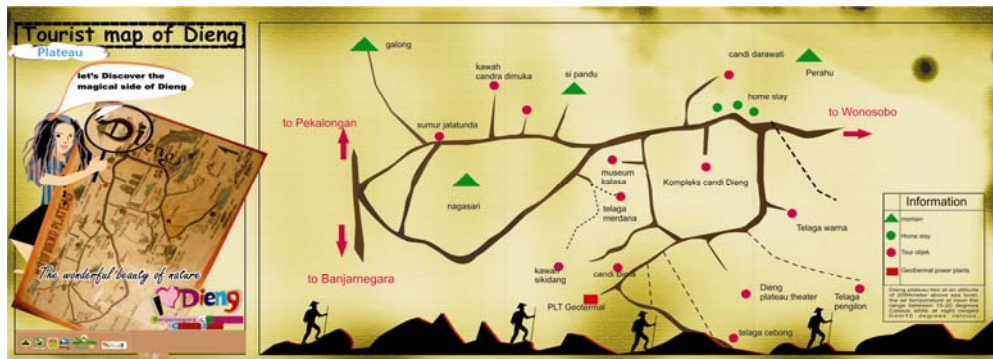
Gb 53. Desain bus panel/iklan mobil Travel

## 2) Desain Peta wisata/*Tourist map*

Peta wisata/*tourist map* merupakan peta secara kasar yang menunjukkan objek-objek wisata dan juga fasilitas wisata lainnya seperti *homestay*. Perlunya penggunaan media peta wisata/*tourist map* ini dikarenakan wisata kawasan dataran tinggi Dieng merupakan sebuah kompleks wisata dimana disana terdapat berbagai objek wisata yang lokasinya menyebar namun satu objek dengan objek lainnya saling mendukung untuk keberhasilan pariwisata di kawasan dataran tinggi Dieng. Untuk itu perlunya informasi yang memadai dan dalam hal ini peta wisata dirasa paling tepat. Selain itu dengan adanya media promosi peta wisata/*tourist map* diharapkan mampu untuk menarik wisatawan ke objek-objek yang dulunya belum terkenal dikalangan wisatawan.

Desain peta wisata kawasan dataran tinggi Dieng ini berbentuk lipatan kertas yang memanjang. Untuk bahan dan ukuran Peta wisata ini yaitu menggunakan bahan kertas *ivory* 80 gram dengan ukuran  $\frac{1}{2}$  A3 horisontal/*landscape*. Pewarnaan peta wisata ini di dominasi warna coklat.

### Desain peta wisata/tourist map



Gb 54. Desain peta wisata/tourist map

### 3) Desain seragam karyawan

Seragam karyawan dalam suatu bidang usaha sangatlah penting karena mencirikan nama perusahaan itu sendiri yang memiliki konsep yang jelas. Dalam perancangan media promosi wisata kawasan dataran tinggi Dieng, seragam karyawan selain mencirikan sebuah obyek wisata tetapi juga dimaksudkan sebagai media promosi. Hal ini untuk memberikan sebuah efek kepada para pengunjung bahwa Wisata dataran tinggi Dieng memiliki pelayanan yang baik yang terlihat dari keramahan pelayannya yang berseragam.

#### a) Desain seragam karyawan penjual tiket

Untuk pemilihan jenis bahan dalam desain seragam karyawan penjual tiket dataran tinggi Dieng disesuaikan dengan jenis kegiatan yang dilakukan. Maka dari itu, jenis bahan yang sesuai adalah bahan kaos namun tetap berkerah. Kaos berkerah selain bersifat santai dan nyaman tetapi juga sopan digunakan dalam lingkup sebuah usaha seperti obyek wisata. Pemilihan lengan panjang lebih dikarenakan suhu wilayah dataran

tinggi Dieng yang cenderung dingin sehingga diharapkan mampu menambah kehangatan karyawan pemasaran tiket. Desain bagian depan seragam cenderung simpel dengan hanya ada informasi nama pada dada sebelah kanan, di sisi sebelah kiri tulisan “petugas tiket masuk”, dan ditambah tulisan “1 love Dieng” sebagai pengenalan dan juga aksesoris. desain bagian belakang terdapat pengaplikasian logo namun dibagian bawah logo diberi tulisan “pemerintah Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo”. Peletakan posisinya berada pada tengah atas seragam. Warna seragam yang digunakan yaitu hijau muda ber-*list* hitam dan putih dibagian kerah, lengan dan bawah.

#### Desain Seragam Petugas Tiket



Gb 55. Desain seragam Petugas Tiket

#### b) Desain seragam karyawan travel

Untuk pemilihan jenis bahan dalam desain seragam karyawan Dieng Travel disesuaikan dengan jenis kegiatan yang dilakukan. Maka dari itu, jenis bahan yang sesuai adalah tetap berbahan kaos namun tetap berkerah. Kaos berkerah selain bersifat santai dan nyaman, juga sopan digunakan dalam lingkup sebuah usaha seperti Dieng Travel. Lengan pendek dipilih sesuai jenis kegiatan karena karyawan travel bekerja yang di dalam ruangan atau di dalam kendaraan tidak pada suhu dingin. Sedangkan untuk desain bagian depan seragam pada bagian dada sebelah kiri terdapat kolom nama, sedang pada bagian kanan terdapat Logo Dieng Travel, dan dibawahnya terdapat *Font* dengan tulisan “*I love Dieng*”. Desain bagian belakang terdapat pengaplikasian logo namun dibagian bawah logo diberi tulisan “pemerintah Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah”. Peletakan posisinya berada pada tengah atas. Sedangkan pada bagian bawahnya terdapat tulisan pengaplikasian dari Logo Dieng Travel “ Dieng Travel” dan dibagian bawahnya terdapat tulisan “Kami ada untuk kepuasan perjalanan wisata anda”. Warna seragam yang digunakan masih warna hijau muda ber-*list* hitam dan putih dibagian kerah, lengan dan bawah.

### Desain Seragam Karyawan Travel



Gb 56. Desain seragam Karyawan Travel

#### 4) Desain Tiket

Tiket merupakan sebuah alat bukti bahwa telah melakukan transaksi pembayaran untuk dapat masuk dan menggunakan fasilitas yang ditawarkan oleh pengelola usaha. Selanjutnya bukti tersebutlihatkan kepada petugas lalu pengunjung diperbolehkan masuk dan menggunakan fasilitas yang ada. Selain sebagai bukti, tiket juga dapat dijadikan sebagai alat promosi yang efektif karena sebagian orang menganggap bahwa tiket merupakan sebuah dokumentasi.

Media promosi Wisata dataran tinggi Dieng dalam perancangannya memilih media berupa tiket karena penggunaan tiket sangat diperlukan pada setiap objek wisata. Tiket untuk wisata dataran tinggi Dieng dijadikan paket wisata sekaligus dengan 6 objek yang ada, untuk pengecekan setiap objek cukup dengan mencoretnya, sehingga tidak perlu

menggunakan tiket terlalu banyak disetiap objek untuk penghematan biaya.

### **Desain Tiket Masuk**

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Tiket
3. Ukuran : 21x 8 cm
4. Format : *Landscape*
5. Bahan : Kertas *Inkjet paper* 90 gram
6. Verbal
  - a. Judul : “ tiket masuk objek wisata dataran tinggi Dieng ”
  - b. *Body Copy* : Rp 35 000.00
  - c. Identitas : 1 Logo pemerintah daerah Banjarnegara dan Wonosobo  
2. Logo utama wisata dataran tinggi Dieng.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan foto pegunungan secara luas dengan terdapat *Font* “Dieng” di atasnya yang ditransparankan.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada Tiket terdapat foto utama sebagai *background*, sedangkan *point of view*-nya pada harga “Rp 35 000.00”. sedangkan pada bagian bawah terdapat keterangan tentang penggunaan tiket tersebut dan juga identitas dinas pariwisata dan kebudayaan daerah Kabupaten Banjarnegar dan Wonosobo.



- c. Jenis huruf : *Arial Black* dan *Arial*
- d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna coklat sebagai warna *background*.

### *Rough Layout*

#### Desain Tiket Masuk

**Tiket masuk objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng**

**No: 0001** **Rp 35 000.00**

**Kawah sikidang** **Kompleks candi dan museum kalijasa** **Kawah sileri, sinila dan candra dimuka**

**Telaga warna dan pengilon** **agro wisata** **Dieng Plateau Teather (DPL)**

**Nama:** \_\_\_\_\_ **Alamat:** \_\_\_\_\_

Gb 57. Sketsa desain tiket masuk

#### Desain Tiket Masuk

**Tiket masuk objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng**

**No: 0001** **Rp 35 000.00**

**Kawah sikidang** **Kompleks candi dan museum kalijasa** **Kawah sileri, sinila dan candra dimuka**

**Telaga warna dan pengilon** **agro wisata** **Dieng Plateau Teather (DPL)**

**Nama:** \_\_\_\_\_ **Alamat:** \_\_\_\_\_

**Keterangan:**

- Tiket masuk ini berlaku untuk satu orang sekali masuk
- Tiket masuk ini berlaku untuk 6 objek wisata sesuai yang tertera pada tiket masuk ini
- Petugas tiket akan mengecek dan memberi tanda dengan mencoret di setiap objek wisata pada tiket ini

Gb 58. Desain tiket masuk

### **g. Souvenir**

#### **1) Kalender**

Media promosi kalender ini dikeluarkan oleh pihak pengelola kawasan dataran tinggi Dieng pada akhir tahun karena pada waktu itulah kebutuhan akan kalender sangat dibutuhkan bagi masyarakat. Kalender merupakan sebuah media yang berfungsi sebagai penunjuk tanggal, sehingga media promosi ini dianggap cukup efektif karena media kalender dapat berguna bagi masyarakat. Dengan peluang itulah kenapa kalender digunakan menjadi salah satu media promosi kawasan dataran tinggi Dieng karena secara tidak langsung hal yang di promosikan menjadi sering dilihat dan direspon oleh masyarakat, dan media kalender memiliki masa promosi yang sampai satu tahun, sehingga dapat menghemat biaya produksi.

Dilihat dari bentuknya kalender memiliki banyak macam seperti kalender dinding, kalender meja, kalender buku, kalender tempel, dan masih banyak lagi. Kalender yang dimanfaatkan sebagai media promosi wisata kawasan dataran tinggi Dieng adalah kalender meja.

#### **Desain Kalender I ( cover )**

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Kalender
3. Ukuran : ½ A4
4. Format : *landscape*
5. Bahan : Kertas *Ivory* 120 gram
6. Verbal

- a. Judul : “ Dieng”
- b. Body copy : “Selamat tahun baru 2014”
- c. Identitas : 1) Logo utama wisata dataran tinggi Dieng  
2) Logo Dieng Travel dan agro wisata Dieng  
3) Logo Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo  
4) Logo propinsi Jawa Tengah
- d. Alamat : Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah

#### 7. Visualisasi

- a. Ilustrasi : Menampilkan objek wisata telaga warna dengan siluet candi Dieng dan penari lengger dibagian bawah.
- b. *Layout* : Komposisi *layout* pada *Cover* kalender bagian atas terdapat foto utama, bagian bawah menampilkan siluet Candi Dieng dan penari lengger. Bagian pojok bawah kanan terletak identitas sedang bagian bawah kiri terdapat logo identitas.
- c. Jenis huruf : *Lucida Caligraphy* dan *Arial*.
- d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau dan hitam.

*Rough layout*

**Desain Kalender I**



Gb 59. Sketsa desain *cover* kalender 1

**Desain Kalender I**



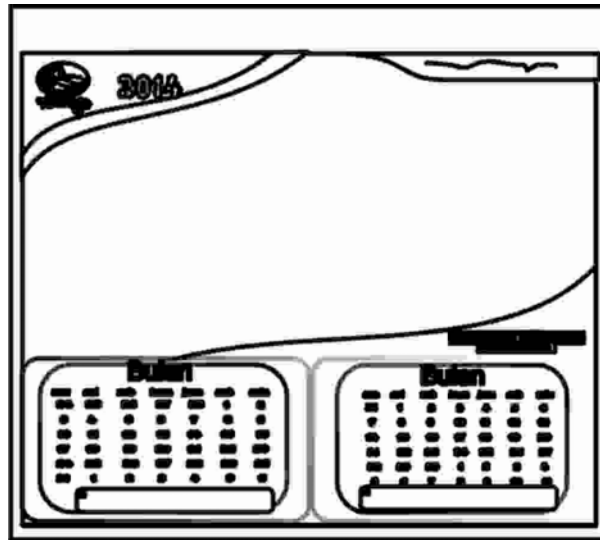
Gb 60. Desain kalender 1

### Desain Kalender II (Januari – Februari)

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Kalender
3. Ukuran : ½ A4
4. Format : *landscape*
5. Bahan : Kertas *Ivory* 120 gram
6. Verbal
  - a. Judul : “ Dieng”
  - b. Identitas : Logo Wisata dataran tinggi Dieng
  - c. Alamat : Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan ruwatan upacara pemotongan rambut gimbal/*gembel* disekitar candi Dieng.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada kalender terdapat foto utama yang menampilkan ruwatan upacara pemotongan rambut gimbal/*gembel* disekitar candi Dieng. Pojok atas kiri terdapat logo utama wisata dataran tinggi Dieng, sedangkan pojok kanan atas terdapat tulisan “upacara pemotongan rambut gimbal” yang menjelaskan bagian foto utama.
  - c. Jenis huruf : *Maindra GD*, *Advert* dan *arial*.
  - d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau sebagai warna *background*.

*Rough layout*

## Desain Kalender II



Gb 61. Sketsa desain kalender 2

## Desain Kalender II



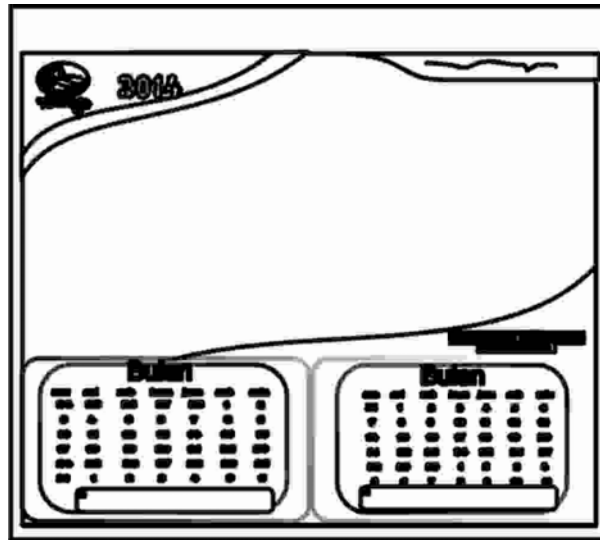
Gb 62. Desain kalender 2

### Desain Kalender III (maret – april)

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Kalender
3. Ukuran : ½ A4
4. Format : *landscape*
5. Bahan : Kertas *Ivory* 120 gram
6. Verbal
  - a. Judul : “ Dieng”
  - b. Identitas : Logo Wisata dataran tinggi Dieng
  - c. Alamat : Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan tarian lengger/topeng disekitar candi Dieng.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada kalender terdapat foto utama yang menampilkan tarian Lengger diisekitar candi Dieng. Pojok atas kiri terdapat logo utama wisata dataran tinggi Dieng, sedangkan pojok kanan atas terdapat tulisan “Tari Lengger” yang menjelaskan bagian foto utama.
  - c. Jenis huruf : *Maindra GD*, *Advert* dan *arial*.
  - d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau sebagai warna *background*.

*Rough layout*

**Desain Kalender III**



Gb 63. Sketsa desain kalender 3

**Desain Kalender III**



Gb 64. Desain kalender 3

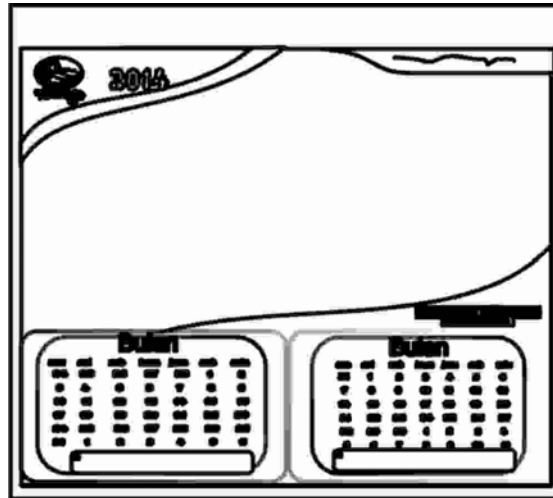


#### Desain Kalender IV( Mei - Juni)

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Kalender
3. Ukuran : ½ A4
4. Format : *landscape*
5. Bahan : Kertas *Ivory* 120 gram
6. Verbal
  - a. Judul : “ Dieng”
  - b. Identitas : Logo Wisata dataran tinggi Dieng
  - c. Alamat : Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan beberapa hasil bumi dari wilayah kawasan dataran tinggi Dieng.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada kalender terdapat foto utama yang menampilkan beberapa hasil bumi wilayah kawasan dataran tinggi Dieng. Pojok atas kiri terdapat logo utama wisata dataran tinggi Dieng, sedangkan pojok kanan atas terdapat tulisan “Tanaman Khas Dataran Tinggi Dieng” yang menjelaskan bagian foto utama.
  - c. Jenis huruf : *Maindra GD*, *Advert* dan *arial*.
  - d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau sebagai warna *background*.

### *Rough layout*

#### Desain Kalender IV



Gb 65. Sketsa desain kalender 4

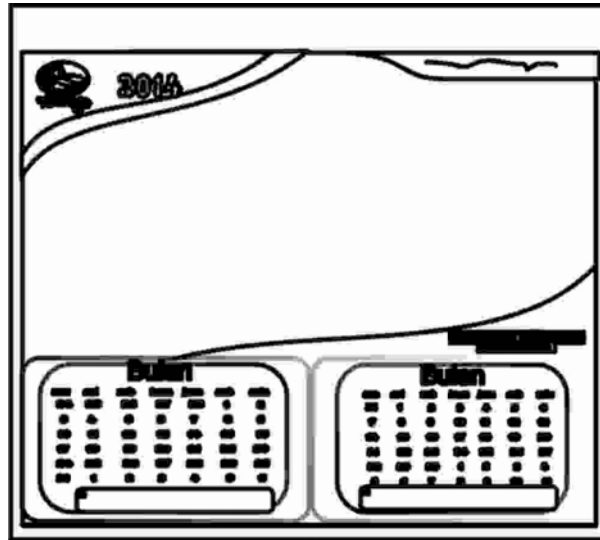
#### Desain Kalender IV



Gb 66. Desain kalender 4

### Desain Kalender V (Juli - Agustus)

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Kalender
3. Ukuran : ½ A4
4. Format : *landscape*
5. Bahan : Kertas *Ivory* 120 gram
6. Verbal
  - a. Judul : “ Dieng”
  - b. Identitas : Logo Wisata dataran tinggi Dieng
  - c. Alamat : Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan sepasang penari yang sedang menarikan tarian lengger/topeng.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada kalender terdapat foto utama yang sepasang penari Lengger. Pojok atas kiri terdapat logo utama wisata dataran tinggi Dieng, sedangkan pojok kanan atas terdapat tulisan “Tari Lengger” yang menjelaskan bagian foto utama.
  - c. Jenis huruf : *Maindra GD*, *Advert* dan *arial*.
  - d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau sebagai warna *background*.

*Rough layout***Desain Kalender V**

Gb 67. Sketsa desain kalender 5

**Desain Kalender V**

Gb 68. Desain kalender 5

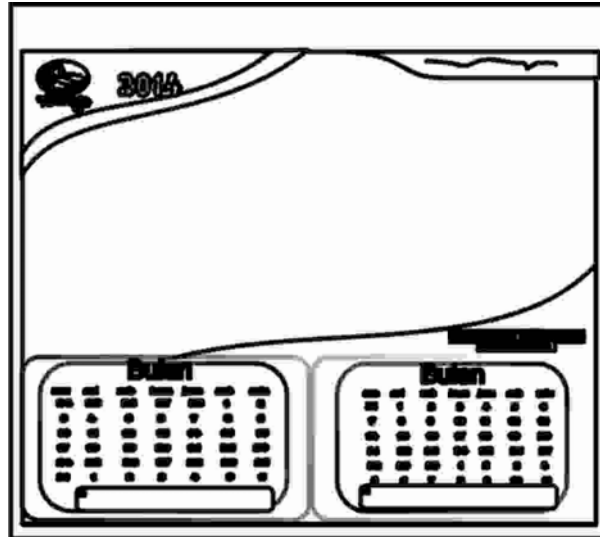
### Desain Kalender VI (Januari – Februari)

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Kalender
3. Ukuran : ½ A4
4. Format : *landscape*
5. Bahan : Kertas *Ivory* 120 gram
6. Verbal
  - a. Judul : “ Dieng”
  - b. Identitas : Logo Wisata dataran tinggi Dieng
  - c. Alamat : Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan wilayah kawasan dataran tinggi secara luas pada saat matahari terbit/*Sunrise* berwarna perak atau sering disebut *silver Sunrise*.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada kalender terdapat foto utama yang menampilkan wilayah kawasan dataran tinggi Dieng secara luas pada saat matahari terbit/*Sunrise* berwarna perak atau sering disebut juga *silver Sunrise*. Pojok atas kiri terdapat logo utama wisata dataran tinggi Dieng, sedangkan pojok kanan atas terdapat tulisan “ *Silver Sunrise*” yang menjelaskan bagian foto utama.
  - c. Jenis huruf : *Maindra GD*, *Advert* dan *arial*.

d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau sebagai warna *background*.

### *Rough layout*

### Desain Kalender VI



Gb 69. Sketsa desain kalender 6

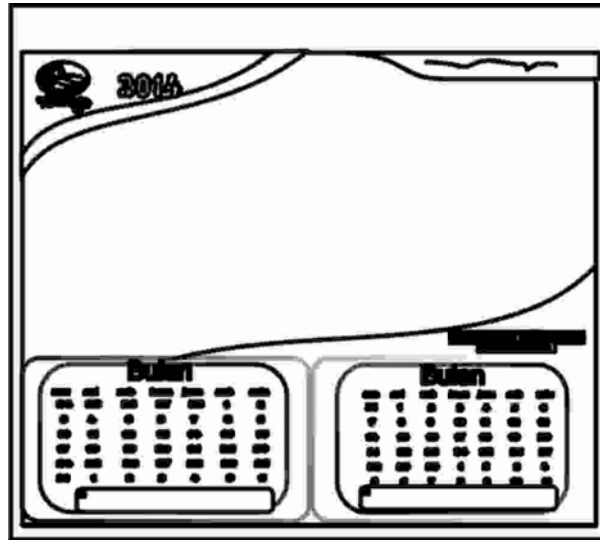
### Desain Kalender VI



Gb 70. Desain kalender 6

### Desain Kalender VII(November - Desember)

1. Nama Media : Cetak
2. Medium : Kalender
3. Ukuran : ½ A4
4. Format : *landscape*
5. Bahan : Kertas *Ivory* 120 gram
6. Verbal
  - d. Judul : “ Dieng”
  - e. Identitas : Logo Wisata dataran tinggi Dieng
  - f. Alamat : Banjarnegara dan Wonosobo, Jawa Tengah.
7. Visualisasi
  - a. Ilustrasi : Menampilkan wilayah kawasan dataran tinggi secara luas pada saat matahari terbit/*Sunrise*.
  - b. *Layout* : Komposisi *layout* pada kalender terdapat foto utama yang menampilkan wilayah kawasan dataran tinggi Dieng secara luas pada saat matahari terbit/*Sunrise* atau yang dikenal (*Golden Sunrise*). Pojok atas kiri terdapat logo utama wisata dataran tinggi Dieng, sedangkan pojok kanan atas terdapat tulisan “ *Golden Sunrise*” yang menjelaskan bagian foto utama.
  - c. Jenis huruf : *Maindra GD*, *Advert* dan *arial*.
  - d. Warna : *Full color* dengan dominasi warna hijau sebagai warna *background*.

*Rough layout***Desain Kalender VII**

Gb 71. Sketsa desain kalender 7

**Desain Kalender VII**

Gb 72. Desain kalender 7



## 2) Sticker

*Sticker* merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel, bisa ditempel di mana saja. *Sticker* sebagai media promosi penyebarannya yang tidak terbatas dapat ditempatkan dimana saja dan sering dijadikan bahan dokumentasi bagi penggemar *sticker*, dengan alasan itulah kenapa media promosi iklan pariwisata Dataran tinggi Dieng memilih media *sticker* sebagai salah satu media promosi. Dalam media promosi Wisata kawasan dataran tinggi Dieng perancangan desain *sticker* dibuat secara sederhana namun tetap menonjolkan identitas Wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Identitas tersebut yaitu penggunaan logo utama dan maskot Wisata kawasan dataran tinggi Dieng.

### Desain *Sticker*



Gb 73 Desain *sticker*

### 3) Topi gunung dan *Syal*

Topi gunung adalah suatu jenis topi yang fungsi utamanya untuk melindungi tubuh bagian kepala dari dingin, untuk itu topi gunung berbentuk panjang dan berbahan tebal sehingga mampu menutupi telinga. Dalam perkembangannya selain fungsi utamanya untuk melindungi bagian tubuh dari dingin, topi gunung juga berkembang menjadi *Fashion* untuk aksesoris, sehingga tidak sedikit wisatawan yang mencarinya untuk sekedar koleksi ataupun cinderamata.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Syal* adalah kain pembikat leher atau selendang.. *Syal* fungsi utamanya adalah untuk melindungi bagian tubuh bagian leher dari dingin, untuk itu *syal* berbentuk panjang dan berbahan tebal. Dalam perkembangannya selain fungsi utamanya untuk melindungi bagian tubuh dari dingin, *Syal* juga berkembang menjadi *Fashion* untuk aksesoris sehingga tidak sedikit wisatawan yang mencarinya untuk sekedar koleksi ataupun cinderamata.

Dalam perancangan desain media promosi Wisata dataran tinggi Dieng ini, pemilihan media topi gunung dan *Syal* ditujukan sebagai *souvenir* bagi pengunjung yang ingin membawa buah tangan. Selain juga sebagai benda pakai di wisata kawasan dataran tinggi Dieng, karena memang suhu disana cenderung dingin. Jadii dirasa tepat jika topi gunung dan *Syal* menjadi salah satu media promosi wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Media topi gunung dan *Syal* dibuat serasi atau satu jenis, hanya medianya saja yang berbeda, desain topi gunung ataupun *Syal* dibuat

sederhana hanya menampilkan *Font* pada Logo utama yang bertuliskan “Dieng”, kemudian memasukan nama wilayah yaitu “Banjarnegara dan Wonosobo”

#### Desain Topi gunung dan Syal



Gb 74. Desain Topi gunung dan Syal

#### 4) *T-shirt*

*T-shirt* atau kaos adalah barang pakai yang termasuk dalam jenis pakaian. *T-shirt* merupakan jenis pakaian yang banyak diminati oleh masyarakat karena sifatnya yang mudah dipakai, cocok untuk bersantai, dan nyaman digunakan kapan saja. *T-shirt* dapat di desain sesuka hati dan juga sering dimanfaatkan sebagai media promosi oleh perusahaan atau lembaga itulah alasan kenapa media *t-shirt* dipilih sebagai salah satu media promosi kawasan datarn tinggi Dieng.

Desain *t-shirt* dalam media promosi Wisata dataran tinggi Dieng dibuat tiga jenis dalam tiga desain yang berbeda. Desain yang pertama pada bagian depan *t-shirt* menampilkan gambar maskot wisata kawasan

dataran tinggi Dieng, dan alamat “Banjarnegara & Wonosobo, *Central Java*”. Bagian belakang menampilkan logo utama wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Warna *t-shirt* untuk desain pertama yaitu warna hitam. Desain kedua pada bagian depan menampilkan objek wisata telaga warna, pada bagian bawahnya terdapat foto petani kentang yang di siluet, dan pada bagian tengah foto telaga warna terdapat tulisan “*I love Dieng*” sedangkan dibagian bawahnya terdapat alamat, yaitu tulisan “Banjarnegara & Wonosobo, *Central Java*” dan bagian belakang menampilkan logo utama wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Warna *t-shirt* untuk desain kedua yaitu warna putih. Desain yang ketiga pada bagian depan menampilkan *Font* bertuliskan “*I loveDieng*” sedangkan dibagian bawahnya terdapat alamat, yaitu tulisan “Banjarnegara & Wonosobo, *Central Java*” dan bagian belakang menampilkan logo utama wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Warna *t-shirt* untuk desain ketiga yaitu warna putih.

**Desain *t-shirt* I**

Tampak depan



Tampak belakang

Gb 75. Desain *t-shirt* 1**Desain *t-shirt* II**

Tampak depan



Tampak belakang

Gb 76. Desain *t-shirt* 2

### Desain *t-shirt* III



Gb 77. Desain *t-shirt* 3

#### 5) Kartu Pos/*Post Card*

Kartu pos menjadi pilihan salah satu media promosi wisata kawasan dataran tinggi Dieng dikarenakan jangkauanya yang begitu luas sampai keseluruhan penjuru dunia. Kebiasaan para pengkoleksi yang gemar mengkoleksi berbagai jenis kartu pos juga ikut membantu media ini untuk mempromosikan dalam jangka waktu yang lama. Desain perancangan media promosi kartu pos ini dibuat dua desain yang sederhana namun tetap menonjolkan identitas utama wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Desain yang pertama pada bagian depan menampilkan foto keindahan wilayah dataran tinggi Dieng secara luas dengan logo utama kawasan dataran tinggi Dieng berada di pojok bagian bawah sebelah kanan. Sedangkan desain halaman kedua menampilkan foto penari lengger/topeng

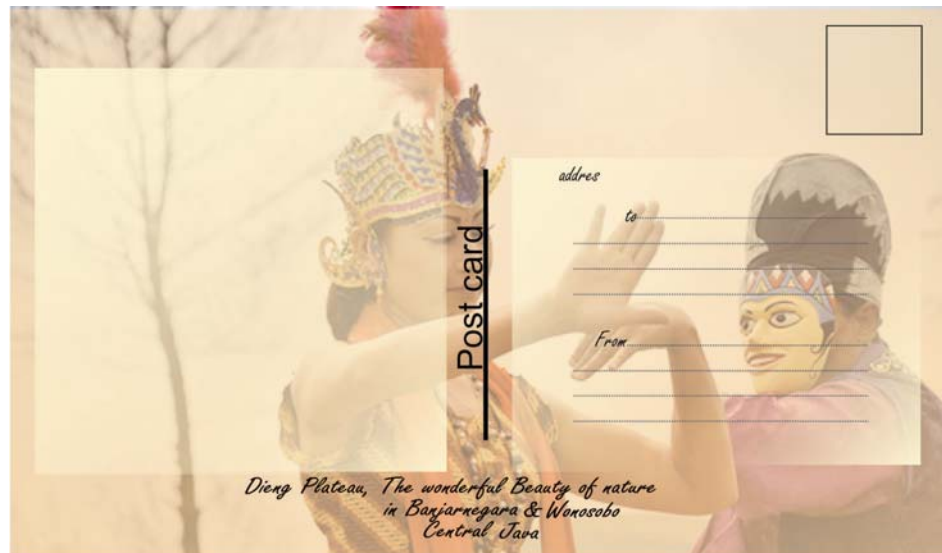
dengan bagian bawah berisikan *Font* bertuliskan “Dieng Plateau, *The Wonderful Beauty of Nature in Banjarnegara & Wonosobo, Central Java*”. Desain kedua kartu pos, bagian depan menampilkan foto Candi Dieng dengan prosesi ruwatan pencukuran rambut gimbal/*gembel*. Logo pada halaman ini ditempatkan di pojok kanan atas. Desain halaman keduanya masih menampilkan foto penari lengger/topeng dengan bagian bawah berisikan *Font* bertuliskan “Dieng Plateau, *The Wonderful Beauty of Nature in Banjarnegara & Wonosobo, Central Java*”.

#### Desain kartu pos I



Gb 78. Desain kartu pos I

## Desain kartu pos II



Gb 79. Desain kartu pos 2

### 6) Desain *Pin-up*

*Pin-up* dipilih menjadi salah satu media promosi wisata kawasan dataran tinggi Dieng karena *pin-up* merupakan karya seni yang bentuknya sangat simpel, mudah dibawa dan dipajang dimana saja. Kebanyakan pin sering digunakan sebagai hiasan terutama pada tas dan baju. Sehingga



dengan memakai pin, secara tidak langsung merupakan salah satu bentuk mempromosikan wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Desain pin ini dibuat sangat sederhana dengan menampilkan *layout* logo, *Font* logo dan maskot serta alamat wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Sebagai media promosi penunjang, pin dibuat dengan dua jenis warna berbeda pada setiap pin yaitu satu berwarna biru dan dua lainnya warna putih.

### Desain pin-up



Gb 80. Desain pin-up

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dari proses observasi, pengumpulan dan proses pengolahan data dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya mengenai konsep desain media promosi, melalui sebuah media promosi yang efektif, efisien, dan komunikatif mampu menimbulkan rasa keingin tahuan dan ketertarikan masyarakat pada pesan yang disampaikan. Langkah yang dilakukan adalah:

1. Mendesain logo dan membuat maskot.

Dalam perancangan logo Wisata kawasan dataran tinggi Dieng, alasan mendesain logo karena kawasan dataran tinggi Dieng belum mempunyai logo tersendiri yang mampu mewakili citra/*image* dari karakteristik wilayah tersebut. Dengan mendesain logo secara tepat yang sesuai karakteristik kawasan dataran tinggi Dieng dan mampu menjadi citra/*image* tersendiri akan membantu dalam memperkenalkan karakteristik kawasan dataran tinggi Dieng kepada masyarakat. Konsep logo yang digunakan pada logo kawasan dataran tinggi Dieng mengedepankan unsur alam yang tercerminkan dari pemilihan bentuk dan warna yang sangat alami.

Pembuatan maskot secara tepat yang menarik perhatian dan mampu mewakili wisata kawasan dataran tinggi, akan menarik perhatian

masyarakat dan mampu menjadi pengingat masyarakat terhadap wisata kawasan dataran tinggi Dieng. Konsep maskot wisata kawasan dataran tinggi Dieng ini menonjolkan unsur tradisi budaya lokal disana, ini tercerminkan dengan pengambilan elemen bentuk bocah gimbal dan penari lengger.

## 2. Perancangan Media Promosi

Langkah yang terakhir dalam proses perancangan desain promosi kawasan dataran tinggi Dieng adalah pemilihan media dan teknik yang diterapkan dalam setiap media. Efektivitas perancangan Desain media promosi mampu memberikan informasi secara cepat dan tepat kepada masyarakat untuk mengetahui dan mengenal citra/*image* karakteristik wisata kawasan dataran tinggi Dieng yang alami, sejuk, berbudaya lokal, dan memiliki berbagai macam objek wisata yang menarik, sehingga diharapkan mampu menjadi *brand image* wisata kawasan dataran tinggi Dieng melalui pemilihan media efektif seperti: *Billboard*, poster, *leaflet*, *x-banner*, *bus panel*/iklan mobil, papan nama, iklan majalah, desain perlengkapan sampai dengan *souvenir*. Pada beberapa media ada yang menggunakan bahasa asing, penggunaan bahasa asing ini dimaksudkan karena memang penempatan medianya sendiri itu di Bandara Ahmad Yani semarang, yang memang target *audience* adalah salah satunya orang asing yang berada di Bandara agar pesan mudah tersampaikan kepada target *audience*. Selain untuk tujuan utamanya itu penggunaan bahasa asing ini bertujuan untuk memberikan kesan wisata kawasan dataran tinggi Dieng

berkelas internasional kepada wisatawan lokal sehingga akan memunculkan rasa keingintahuan dan kebanggaan tersendiri berwisata di dataran tinggi Dieng yang mempunyai kesan tempat wisata kelas dunia. Teknik yang digunakan dalam Desain Komunikasi Visual melalui proses komputer (*Corel Draw* dan *Photoshop*) yang kemudian dicetak sesuai dengan media yang diterapkan, yaitu media utama dan media penunjang.

## **B. Saran**

Terkait dengan desain media promosi kawasan dataran tinggi Dieng ini, maka saya menyarankan:

1. Bagi pengelola obyek Wisata kawasan dataran tinggi Dieng hendaknya memanfaatkan secara maksimal berbagai media dalam mempromosikan sebuah obyek wisata yang dikelola agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Mengembangkan lagi desain media promosi yang ada dan dilakukan secara berkala dalam mempromosikan agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Kawasan dataran Dieng harus mempunyai satu saja citra/*image* atas nama kawasan dataran tinggi Dieng, walaupun secara administratif wilayah kawasan dataran tinggi Dieng terletak di dua Kabupaten yaitu Banjarnegara dan Wonosobo.
2. Bagi praktisi keilmuan atau desainer yaitu pentingnya membuat *image* melalui logo secara tepat. Karena logo di aplikasikan ke dalam berbagai media dan merupakan hal pokok dalam pembentukan citra/*brand image* perusahaan di mata konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Agus Sachari. 1986. *Desain: Gaya dan Realitas*. Jakarta: CV. Rajawali
- A.W Widjaja. 1986. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bina Aksara.
- Dinas Pendidikan dan Kebudayaan. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hahn, Fred. E., and Mangun, Kenneth. G. 1999. *“Do it Yourself Advertising & Promotion” Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Jakarta: PT. Grasindo.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- M Suyanto. 2004. *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- M.Suyanto. 2006. *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta: ANDI
- Oka A Yoeti. 1992. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Rakhmat Supriyono. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikail*. Yogyakarta: ANDI.
- Suprianto Rustan, S.Sn. 2009. *Layout*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama.
- Sadjiman Ebdi Sanyoto. *Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sumber acuan dari internet:

<http://www.desprindo.com/article.html> (10/03/2013/20.00)

<http://id.wikipedia.org/wiki/promosi> (15/03/2013/19.15)

<http://id.wikipedia.org/wiki/topi>. (17/03/2013/05.40)

<http://id.wikipedia.org/wiki/Dieng>. ( 17/03/2013/2.35)

<http://budparBanjarnegara.com/> ( 03/04/2013/13.51)

<http://handikabp.blogspot.com/2013/01/wisata-Banjarnegara-yang-menarik-untuk.html>. (03/04/2013/15.15)

<http://www.liburkeluarga.com/destination/Wonosobo-menjanjikan-beragam-objek-wisata>. (03/04/2013/17.00)

# LAMPIRAN

**DATA DOKUMENTASI DINBUDPAR**  
**(Dinas Budaya dan Pariwisata)**  
**Kabupaten Banjarnegara**





KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843, 548207 Fax. (0274) 548207  
http://www.fbs.uny.ac.id//

FRM/FBS/33-01

10 Jan 2011

18 Juli 2011

Nomor : 1498/H.34.12/PP/VII/2011

Lampiran : --

Hal : Permohonan Izin Survey/Observasi/Penelitian\*)

Kepada Yth.

Kepala

Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat

(Badan Kesbanglinmas)

Jl. Jendral Sudirman no. 5 Yogyakarta 55233

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa kami Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta bermaksud akan mengadakan survey/observasi/penelitian untuk memperoleh data menyusun Tugas Akhir Skripsi (TAS) Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) Tugas Akhir Bukan Skripsi (TABS), dengan judul :

*Perancangan Media Promosi Iklan Pariwisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng, Jawa Tengah*

Mahasiswa dimaksud adalah :

Nama : ALI MUBASIR  
NIM : 06206241025  
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Seni Rupa  
Tanggal Pelaksanaan : Bulan Juli 2011

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut kami mohon izin dan bantuan sepe'lunya.

Atas izin dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



a.n. Dekan  
Pembantu Dekan I,

Drs. Suhaini M. Saleh, M.A.  
NIP 19540120 197903 1 002



**PEMERINTAH KABUPATEN BANJARNEGARA**  
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH**  
Jalan Dipayuda No. 30 A Telp. ( 0286 ) 591142  
**BANJARNEGARA 53414**

**SURAT REKOMENDASI RESEARCH / SURVEY**

NOMOR : 070 / 498 / 2011

- I. Dasar : Surat dari Kepala Kantor Kesatuan Bangsa, Politik dan Linmas Kabupaten Banjarnegara , Nomor : 070/214/2011 tanggal 29 Juli 2011 perihal Ijin Penelitian / Survey **a.n. ALI MUBASIR**

II. Yang bertanda tangan di bawah ini :

Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Banjarnegara, menyatakan bahwa pada prinsipnya tidak berkeberatan atas pelaksanaan kegiatan pra survey/ observasi/ Survey/ penelitian/KKL tersebut di wilayah Kabupaten Banjarnegara yang dilaksanakan oleh :

1. Nama : **ALI MUBASIR**
2. Pekerjaan : Mahasiswa UNY, Yogyakarta
3. Alamat Instansi : Karangmalang, Yogyakarta
4. Alamat Rumah : Wiramastra Rt. 01 Rw. 03 Bawang, Kab. Banjarnegara
5. Maksud dan tujuan : Ijin Melaksanakan Penelitian dengan Judul :  
" PERANCANGAN MEDIA PROMOSI IKLAN PARIWISATA KAWASAN DATARAN TINGGI DIENG, JAWA TENGAH. "
6. Lokasi : Dataran Tinggi Dieng
7. Penanggungjawab : Drs. SUHAINI M. SALEH, M. A.
8. Pelaksana : **ALI MUBASIR**

III. Dengan ketentuan - ketentuan sebagai berikut :

- a. Bahwa pelaksanaan kegiatan tersebut di atas tidak disalahgunakan untuk maksud dan tujuan lain yang dapat mengganggu keamanan dan ketertiban masyarakat.
- b. Bahwa sebelum melaksanakan tugas kepada responden agar terlebih dahulu melaporkan pada Pejabat Wilayah/Kepala Dinas/Instansi setempat guna dimintakan petunjuk teknis seperlunya.
- c. Bahwa setelah selesai melaksanakan kegiatan Penelitian diminta kepada yang bersangkutan **untuk melaporkan hasilnya secara tertulis kepada Bupati Banjarnegara Cq. Kepala BAPPEDA Kabupaten Banjarnegara** pada kesempatan pertama.
- d. Surat ijin pelaksanaan Penelitian/Research/Survey ini berlaku dari tanggal 29 Juli 2011 sampai dengan 29 Oktober 2011 dan dapat diperbaharui kembali.

Dikeluarkan di : Banjarnegara  
Pada Tanggal : 29 Juli 2011

**A.n. KEPALA BAPPEDA  
KABUPATEN BANJARNEGARA;  
KABID. STATISTIK & MONEV**

**Ir. SINGGIH HARYONO**  
NIP. 19631223 199203 1 002

**TEMBUSAN :** disampaikan kepada Yth.

1. Kepala DINBUDPAR Kab. Banjarnegara;
2. Kepala UPT Kawasan Dataran Tinggi Dieng;
3. Camat Batur;
4. Kepala Desa Dieng Kulon.



**PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH**  
**BADAN KESATUAN BANGSA, POLITIK DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT**

Jl. A. YANI NO. 160 TELP. (024) 8454990 FAX. (024) 8414205, 8313122  
SEMARANG - 50136

**SURAT REKOMENDASI SURVEY / RISET**  
**Nomor : 070 / 1687 / 2011**

- I. DASAR : Surat Edaran Gubernur Jawa Tengah.  
Nomor 070 / 265 / 2004. Tanggal 20 Februari 2004.
- II. MEMBACA : Surat dari Gubernur DIY. Nomor 074 / 458 /  
Kesbang / 2011. Tanggal 21 Juli 2011.
- III. Pada Prinsipnya kami TIDAK KEBERATAN / Dapat Menerima atas  
Pelaksanaan Penelitian / Survey di Kabupaten Banjarnegara.
- IV. Yang dilaksanakan oleh :
1. Nama : ALI MUBASIR.
  2. Kebangsaan : Indonesia.
  3. Alamat : Karangmalang Yogyakarta.
  4. Pekerjaan : Mahasiswa.
  5. Penanggung Jawab : R. Kuncoro W. Dewiyati, M.Sn.
  6. Judul Penelitian : Perancangan Media Promosi Iklan  
Pariwisata Kawasan Dataran Tinggi  
Dieng, Jawa Tengah.
  7. Lokasi : Kabupaten Banjarnegara.
- V. KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :
1. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada  
Pejabat Setempat / Lembaga Swasta yang akan dijadikan obyek  
lokasi untuk mendapatkan petunjuk seperlunya dengan  
menunjukkan Surat Pemberitahuan ini.
  2. Pelaksanaan survey / riset tidak disalahgunakan untuk tujuan  
tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan. Untuk  
penelitian yang mendapat dukungan dana dari sponsor baik dari  
dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat  
mengajukan perijinan. Tidak membahas masalah politik dan / atau

agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.

3. Surat Rekomendasi dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati / Mengindahkan peraturan yang berlaku atau obyek penelitian menolak untuk menerima Peneliti.
4. Setelah survey / riset selesai, supaya menyerahkan hasilnya kepada Badan Kesbangpol Dan Linmas Provinsi Jawa Tengah.

VI. Surat Rekomendasi Penelitian / Riset ini berlaku dari :

Juli s.d. Oktober 2011.

VII. Demikian harap menjadikan perhatian dan maklum.

Semarang, 26 Juli 2011

an. GUBERNUR JAWA TENGAH  
KEPALA BADAN KESBANGPOL DAN LINMAS  
PROVINSI JAWA TENGAH



Drs. C. AGUS TUSONO, MSI  
Pambina Utama Muda  
NIP. 195508141983031010





PEMERINTAH KABUPATEN BANJARNEGARA  
**KANTOR KESATUAN BANGSA, POLITIK DAN  
LINMAS KABUPATEN BANJARNEGARA**

Jalan. A. Yani No. 16 Telp. ( 0286 ) 591218, Pst. 781  
BANJARNEGARA 53414

Banjarnegara, 29 Juli 2011

K e p a d a :

Yth. Kepala BAPPEDA Kabupaten  
Banjarnegara  
di-

Nomor : 070/ 214/2011  
Lampiran : -  
Perihal : **Ijin Penelitian / Survey**  
**a.n. ALI MUBASIR**

**BANJARNEGARA**

- I. Menunjuk Surat dari Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Bahasa Seni Nomor 1498/H.34.12/PP/VII/2011 Tanggal 18 Juli 2011
- II. Dengan ini Kantor Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Banjarnegara yang dalam hal ini bertindak atas nama Bupati Banjarnegara dengan ini menyatakan bahwa pada prinsipnya TIDAK BERKEBERATAN / MENYETUJUI atas pelaksanaan riset di Wilayah Kabupaten Banjarnegara yang dilaksanakan oleh :
  - a. Nama : **ALI MUBASIR**
  - b. Pekerjaan : Mahasiswa
  - c. Alamat Instansi : Karangmalang, Yogyakarta
  - d. Alamat Rumah : Wiramastra Rt. 01 Rw. 03 Bawang, Kab. Banjarnegara
  - e. Judul Penelitian : **"Perancangan Media Promosi Iklan Pariwisata Kawasan Dataran Tuinggi Dieng, Jawa Tengah"**
  - f. Lokasi Penelitian : **Kab. Banjarnegara**
  - g. Penanggung Jawab : Drs. Suhaini M. Saleh, M. A.
- h. Dengan ketentuan sebagai berikut :
  1. Bahwa pelaksanaan kegiatan tersebut di atas tidak disalahgunakan untuk maksud dan tujuan yang lain yang dapat mengganggu keamanan dan ketertiban masyarakat.
  2. Bahwa sebelum melaksanakan tugas yang sifatnya langsung kepada responden agar terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Wilayah, Kepala Dinas / Instansi setempat guna dimintakan petunjuk teknis seperlunya.
  3. Bahwa untuk melaksanakan kegiatan dimaksud, diminta kepada yang bersangkutan untuk **melaporkan hasilnya secara tertulis kepada Bupati Banjarnegara C/q. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Banjarnegara** pada kesempatan pertama.
  4. Surat Ijin Rekomendasi ini berlaku mulai bulan Juli s/d bulan September 2011

Demikian Surat Rekomendasi dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

a.n. KEPALA KANTOR KESBANGPOLINMAS  
KABUPATEN BANJARNEGARA  
KANTOR KESATUAN BANGSA





**PEMERINTAH PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT  
( BADAN KESBANGLINMAS )**

Jl Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta - 55233  
Telepon (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 21 Juli 2011

Nomor : 074/458 / Kesbang / 2011  
Perihal : Rekomendasi Ijin Penelitian

Kepada Yth.  
Gubernur Jawa Tengah  
Up. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas  
Provinsi Jawa Tengah  
Di

SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Bahasa dan Seni UNY  
Nomor : 1498/H.34.12/PP/2011  
Tanggal : 18 Juli 2011  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat pemberitahuan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan penelitian dengan judul : " **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI IKLAN PARIWISATA KAWASAN DATARAN TINGGI DIENG, JAWA TENGAH**", kepada :

Nama : ALI MUBASIR  
NIM : 06206241025  
Prodi / Jurusan : Pendidikan Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni UNY  
Lokasi Penelitian : Dataran Tinggi Dieng, Jawa Tengah  
Waktu Penelitian : Juli – September 2011

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul penelitian dimaksud;
3. Melaporkan hasil penelitian kepada Badan Kesbanglinmas Provinsi DIY;

Rekomendasi Ijin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.

A.n. KEPALA  
BADAN KESBANGLINMAS PROVINSI DIY  
KABID KESBANG



Tembusan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan);
2. Dekan Fakultas Bahasa dan Seni UNY;
- ③ Yang bersangkutan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

Alamat: Karangmalang, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 550843,  
548207 Fax. (0274) 548207 ; <http://www.fbs.uny.ac.id/>

PERMOHONAN IJIN  
SURVEY/OBSERVASI/PENELITIAN

FRM/FBS/31-01  
10 Jan 2011

Kepada Yth. Kajur. Pend. Seni Rupa  
di FBS UNY

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ali Mubasir No. Mhs. : 06206241025  
Jur/Prodi : Pendidikan Seni Rupa

bermaksud memohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memproses  
Surat Ijin Survey/Observasi/Penelitian Tugas Akhir dengan judul :

Perancangan Media Promosi Iklan Pariwisata  
Kawasan Dataran Tinggi Dieng, Jawa Tengah.

Lokasi : Dieng, Jawa Tengah.

Waktu : 10 Juli

Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,

R. Kuncoro W. Djojati, M.Sn.

NIP. 196603201994121001

Yogyakarta, 5.07.20011

Pemohon,

Ali Mubasir

NIM. 06206241025



POKDARWIS  
(Kelompok Sadar Wisata)

# DIENG PANDAWA





# Sekilas POKDARWIS

## Dieng Pandawa

Berdiri pada tanggal 27 November 2007 SK  
DINPARBUD Kabupaten Banjarnegara No:  
556/36.a Tahun 2007

Beranggotakan Karang taruna Dieng Pandawa  
Saat ini sudah berkembang dan keanggotaan  
bertambah ke semua lapisan masyarakat kawasan  
Dieng dan sekarang juga telah menjadi Forum  
Rembug Klaster Pariwisata Dieng.

# Visi & Misi Pokdarwis Dieng Pandawa

- VISI

Terwujudnya Pariwisata Dieng yang bermutu, berdaya saing, dan bermanfaat bagi masyarakat Dieng pada khususnya dan bangsa Indonesia pada umumnya.

- MISI

Mengkampanyekan Sapta Pesona (aman, tertib, sejuk, indah, ramah tamah, kenangan) kepada masyarakat Dieng

Meningkatkan SDM masyarakat Dieng terutama hal Kepariwisata

Memanfaatkan / menggali potensi SDA Dieng dalam mendukung pariwisata sehingga kedepan bisa lebih baik

# Pokja POKDARWIS Dieng Pandawa

Pokja Souvenir / Kerajinan

Pokja Home Industri Makanan khas Dieng

Pokja Home Stay

Pokja Pramuwisata & Angkutan / ojek wisata

Pokja Seni dan Budaya

Pokja Keamanan

Pokja Agrotourism & L H

Pokja Promosi & Pemasaran





# Pokja Krajinan / Sovenir

- **Kerajinan Batik Kayu / Bambu**
- **Kerajinan Miniatur Candi**
- **Kerajinan ukir**
- **Kerajina Kayu Galar**
- **Kerajinan Topeng**



# PRODUK KERAJINAN





# Pokja Home Industri/ Makanan khas

- Kropak Kentang
  - Kripik Kentang
  - Kripik Carica
  - Minuman Purwaceng
  - Manisan Carica
- Kacang Dieng







MENGIKUTI & MENGADAKAN PAMERAN



# Seni & Budaya





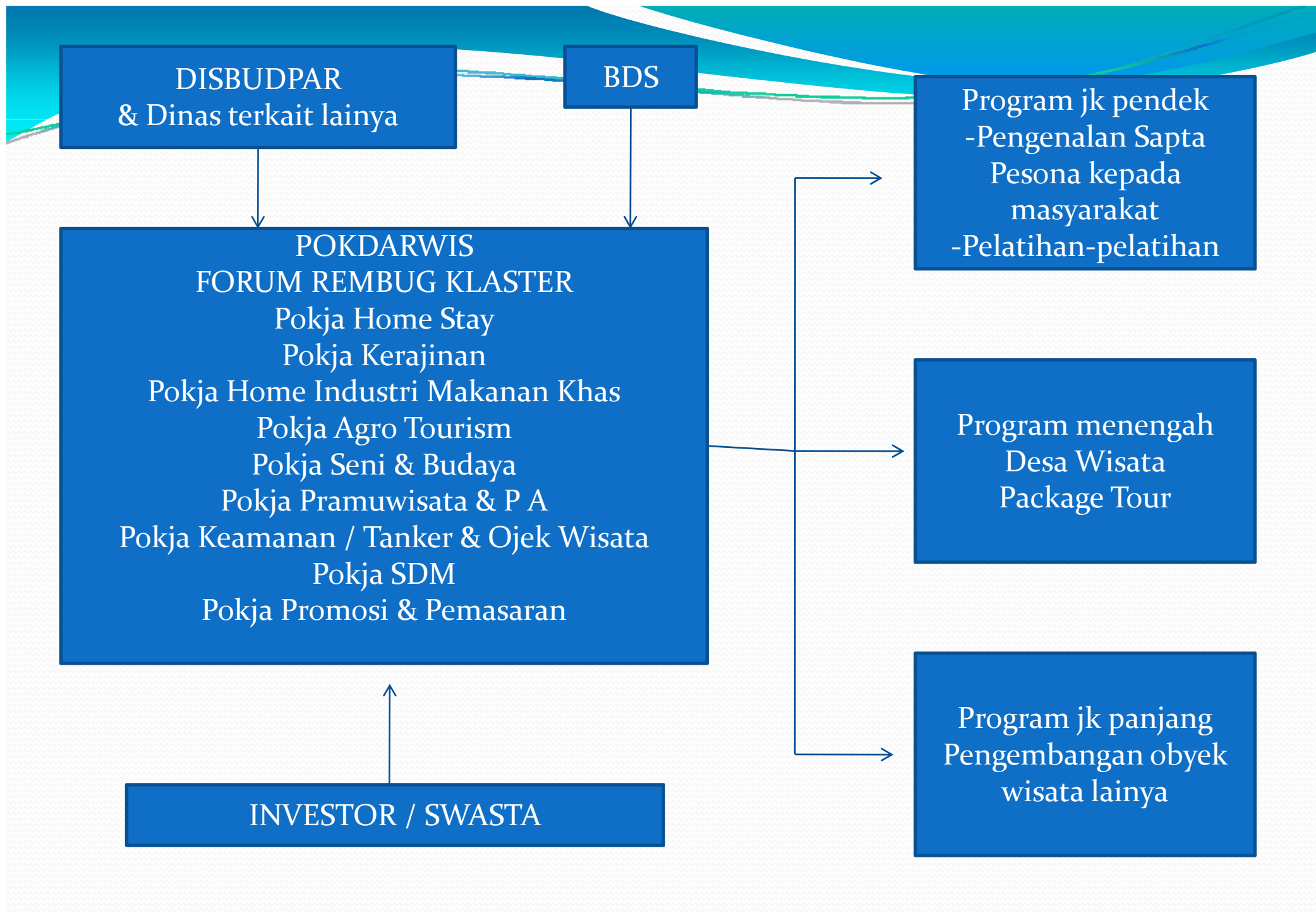
# HOME STAY





# AGRO TOURISM







# THEK-THEK Gita Laras Dieng Banjarnegara



Merupakan kesenian asli daerah Banyumasan di mana peralatan musiknya sebagian besar adalah bambu. Kesenian ini berawal dari kegiatan siskamling masyarakat yang berkeliling desa dengan memukul bambu di mana suara yang di timbulkan berbunyi

“ Thek-thek” sehingga kesenian tersebut di sebut  
**THEK-THEK**

# Seni Warok Janggot Lestari Dieng Banjarnegara



- Kesenian yang berasal dari daerah Trenggalek Jawa Timur yang terkenal dengan tokoh utama yaitu Warok Suro Menggolo dengan senjata utamanya kolor atau Cambuk dari ikat pinggang.



# Seni Tari Rampag Yakso Pringgondani Dieng Banjarnegara



- Merupakan seni tari khas Dieng asli. Yang di ambil dari cerita pewayangan di mana tariannya menggambarkan para prajuritnya Raden Gatot kaca Ksatria Pringgondani.

# Seni Tari Wira Cakil Laskar Aswatama Dieng Banjarnegara



Merupakan tarian khas Dieng yang di ambil dari cerita masyarakat Dieng tentang adanya Gasiran Aswatama dan menceritakan sosok laki-laki yang berwatak kasar dan liar.



# Tari Lengger (Topeng) Sriwidodo Dieng Banjarnegara



- Lengger berasal dari kata “ilingo ngger” yang berarti petuah bijak agar kita slalu ingat kepada Tuhan yang Maha Esa dan terhadap sesama. Tarian ini mengisahkan Penyamaran Panji Asmara Bangun menjadi penari keliling dalam mencari Dewi sekartaji.



# RODAD ALFATAH

## Dieng Banjarnegara

- Rodad berasal dari kata Rodadun. Seni dan budaya ini muncul sejak jaman Sunan Kalijaga yang merupakan salah satu cara untuk siar Islam. Acara ini di laksanakan untuk memperingati tahun baru Hijriah yang pelaksanaanya di lakukan setiap jum'at selama bulan Muharram dengan mengelilingi desa Ritual ini di sebut “Baritan” ( Membubarkan peri dan setan ). Pada akhir bulan Muharram ritual baritan di akhiri dengan ritual penyembelihan wedus kendit .di lanjutkan dengan selamatan nasi tumpeng lima ang berarti rukun islam. Alat yang biasa di gunakan dalam ritual ini antara lain:
  - # Obor : untuk mengobori pepeteng dan sebagai alat bela diri atau tolak bala
  - #Terbank dan Jadur : Dua alat ini bentuknya bulat yang mengandung makna manunggaling tekad ( membulatkan Tekad )



# PAPRIKA DIENG



Merupakan cabe khas Dieng yang mempunyai bentuk gemuk dan besar

# CARIKA DIENG



Buah carika hanya terdapat di Dataran tinggi Dieng saat ini tergolong langka dan di kembangkan oleh penduduk menjadi Home Industri seperti sirup, manisan dsb



# KEMAR



- Kemar adalah buah terong khas dataran tinggi yang pertama kali ditanam di Dieng oleh VOC sehingga dikenal juga dengan nama Terong Belanda atau Terong Dieng

# KENTANG



- Salah satu tanaman yang menjadi sumber ekonomi masyarakat Dieng karena hanya tumbuh di Dataran Tinggi

# PURWACENG

- Tumbuhan langka yang hanya ada di DTT Dieng mempunyai Khasiat meningkatkan stamina untuk Kesehatan  
Purwaceng adalah tumbuhan semacam ginseng

